

Despacho

Decisão Liminar em 28/02/2014 - RP Nº 12304 Ministro ADMAR GONZAGA

Trata-se de representação ajuizada pelo Ministério Público Eleitoral em desfavor de Eduardo Henrique Accioly Campos e Facebook Serviços Online do Brasil Ltda., em razão de suposta promoção de candidatura extemporânea do primeiro representado para o pleito de 2014 à Presidência da República, no sítio de internet do segundo representado.

Argumenta o representante que a inserção da publicidade enaltece a pessoa e imagem política do primeiro representado, levando ao conhecimento do eleitor a sua possível candidatura, apresentando-o como o mais apto ao exercício do cargo pleiteado, desequilibrando, assim, a disputa entre os potenciais postulantes à Presidência da República.

Ressalta que o sítio de relacionamentos constitui ferramenta de comunicação entre usuários da internet e que o perfil no qual a suposta propaganda teria sido veiculada não alcança apenas os seguidores cadastrados, mas qualquer internauta que o acesse pela rede mundial de computadores.

Alega que a situação trazida aos autos se ajusta à jurisprudência deste Tribunal no que se refere à configuração de propaganda eleitoral antecipada, considerados os moldes em que a publicidade eleitoral foi divulgada, ao conferir destaque à pré-candidatura do primeiro representado em período vedado pela legislação.

Sustenta que, embora não seja possível comprovar, de imediato, que o primeiro representado é o responsável pela divulgação da propaganda irregular, não há dúvidas que tem ele conhecimento da propaganda e com ela anuiu ao ser notificado, pelo sítio Facebook, do compartilhamento de sua postagem.

Com base nisso, defende a necessidade de o segundo representado integrar a lide, já que poderá fornecer os dados necessários para à identificação do responsável pelas postagens. No entanto, destaca que o artigo 36 da Lei das Eleições, ao prever que responsável e beneficiário da propaganda eleitoral irregular poderão ser punidos por tal conduta, não faz qualquer diferença em relação aos responsáveis.

Entende estarem presentes, na situação narrada, os requisitos para a concessão de medida liminar, sob o argumento de que o conteúdo irregular está sendo veiculado em lesão à norma que disciplina a propaganda eleitoral (*periculum in mora*), e, ainda, de que é evidente a ocorrência de propaganda antecipada (*fumus boni iuris*).

Pugna, preliminarmente, pelo deferimento da medida liminar, para que seja determinado ao sítio de relacionamento Facebook a retirada imediata do conteúdo impugnado de sua página da internet e, no mérito, pela procedência da representação, para impor ao primeiro representado a pena de multa prevista no artigo 36, §3º, da Lei nº 9.504/97, em seu grau máximo.

Considerando que a petição inicial não foi instruída com os documentos nela apontados, foi determinada a emenda (folhas 11). Em cumprimento, o representante anexou os documentos de folhas 15 a 21.

Decido sobre o pedido liminar.

Os artigos 57-A e 57-B da Lei nº 9.504/97, dispõem, respectivamente, ser

permitida a propaganda na internet somente a partir de 6 de julho do ano da eleição e as formas pelas quais poderão ser realizadas. Confira-se:

Art. 57-A. É permitida a propaganda eleitoral na internet, nos termos desta Lei, após o dia 5 de julho do ano da eleição.

Art. 57-B. A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas: (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

I - em sítio do candidato, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País; (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

II - em sítio do partido ou da coligação, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País; (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

III - por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação; (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

IV - por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e assemelhados, cujo conteúdo seja gerado ou editado por candidatos, partidos ou coligações ou de iniciativa de qualquer pessoa natural. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009) (grifei)

Em sede liminar, é possível vislumbrar, a partir da documentação carreada aos autos, a realização de propaganda eleitoral antecipada, por meio de postagens de imagens e mensagens realizadas em perfil público hospedado pelo Facebook, que dão conta da futura candidatura do primeiro representado ao cargo de Presidente da República no ano de 2014.

Ressalte-se que a página da internet não se apresenta como porta de entrada para um ambiente de rede social, ou seja, restrito àqueles que se cadastram e são autorizados. Bem ao revés, pode ela ser acessada por qualquer internauta, ainda que não participante do grupo, e foi criada especificamente "para reunir pessoas que querem Eduardo Campos concorrendo a presidente do Brasil em 2014".

O tema se assemelha ao analisado na Rp 182524, que tratou de publicações realizadas pelo Twitter, se aplicando ao caso os argumentos defendidos pelo Ministro Henrique Neves, na decisão de 18.7.2010, dos quais destaco os seguintes:

"Estudos realizados em diversos países concluem que a ferramenta desenvolvida está mais para um meio de difusão do que uma conversa íntima entre amigos¹, ainda que não seja possível negar que ela também apresenta, em alguns casos, características de interação que definem uma rede social².

Nesse aspecto, não há como simplesmente considerar que o uso do Twitter, especialmente nas campanhas eleitorais, está direcionado apenas à interação e troca de ideias em ambiente restrito às pessoas previamente cadastradas", como afirma a defesa.

O acesso às páginas de divulgação de qualquer usuário do Twitter independe de prévio cadastramento. Basta digitar a URL que o acesso à página é franqueado. O livre acesso ao conteúdo, contudo, pode ser restringido pelo usuário, mediante a edição de suas preferências na utilização da ferramenta. Caso opte por essa

restrição, terceiros não cadastrados terão acesso apenas a alguns dados do usuário e à informação que ele optou proteger seus tweets.

No caso, o representado não optou por restringir as mensagens contidas em sua página, permitindo que qualquer pessoa, ainda que não cadastrada no Twitter, tivesse acesso ao conteúdo divulgado.

Por outro lado, a ferramenta utilizada permite que o usuário siga a página de outras pessoas, o que significa dizer que qualquer mensagem inserida na página seguida também será quase que instantaneamente exibida na página do seguidor. Inversamente, isso significa que toda e qualquer mensagem introduzida pelo usuário em sua página será exibida em todas as páginas das pessoas que o seguem.

No caso do representado, como se verifica do documento de fls. 9, no momento das transmissões contestadas pela inicial, ele seguia 897 usuários, era seguido por 40.677 pessoas e fazia parte de 685 listas de interesse.

Em outras palavras, ao inserir uma mensagem em sua página no Twitter, o representado, ao invés de simplesmente interagir com um único usuário, divulgou para outros 40.676 a mesma informação.

Nessa proporção não se considera a réplica da mensagem que comumente ocorre com o uso da função "retweet", por meio da qual qualquer usuário pode incluir a mensagem recebida em sua página, atribuindo o crédito ao autor original e divulgando-a para aqueles que o seguem, elevando a divulgação de forma exponencial.

Em razão dessas características, entendo não ser possível acatar os argumentos da defesa no sentido da divulgação do conteúdo inserido pelo representado não pretender atingir o conhecimento geral da sociedade.

Por outro lado, com a devida vênia, entendo não existir semelhança entre o uso da ferramenta de divulgação com as entrevistas realizadas pelos meios de comunicação social, as quais partem de um interesse social previamente identificado pelo órgão de imprensa que busca a informação e a transmite para a sociedade. No Twitter, a via é inversa, o usuário é que seleciona o que considera como interessante e leva ao conhecimento da sociedade suas mensagens.

O argumento de o acesso à página depender da vontade do usuário também não se aplica ao meio de comunicação utilizado. Como já delineado acima, o acesso independe de cadastro, as mensagens são instantaneamente copiadas para as páginas dos seguidores e, possivelmente, são replicadas para tantas outras.

Ademais, "o fato de o acesso a eventual mensagem contida em sítio da Internet depender de ato de vontade do internauta não elide a possibilidade de caracterização da propaganda eleitoral extemporânea" (REspe nº 21.661, rel. Min. Peçanha Martins, de 26.8.2004, também citado na decisão monocrática no REspe 28.435, rel. Min. Caputo Bastos, DJ 6.6.2008).

Com essas razões, tenho inicialmente como certo que as mensagens divulgadas pelos candidatos, por intermédio do Twitter, podem ser examinadas pela Justiça Eleitoral, para o fim de verificar se há ou não irregularidade capaz de gerar sanção.

O que se tem no caso em exame é uma página hospedada no sítio do segundo representado, onde livremente se tem acesso a mensagens e imagens que enaltecem o primeiro representado, divulgando sua possível candidatura ao cargo

de Presidente da República para as eleições de 2014, nos termos seguintes:

- "E o melhor governador do Brasil será o melhor Presidente para todos";
- "Marina Silva ao ser perguntada durante a coletiva se apoiaria a candidatura de Eduardo Campos à presidência, responde: e você tem alguma dúvida disso?";
- "É Eduardo, É Eduardo, É Eduardo Presidente! Nas Escolas, Nos Campos, Eduardo Campos Presidente!";
- "Eu tenho certeza que se ele é um bom governador tem tudo para dar certo como presidente não e por ser do nordeste, ou do sul o importante é que eu acredito que ele pode fazer o melhor para todos noz ele já demonstrou isso...";
- "Há 48 anos atrás, dia 10 de agosto de 1965, nosso futuro presidente da República nascia".

Nos termos da jurisprudência desta Corte, "deve ser entendida como propaganda eleitoral antecipada qualquer manifestação que, previamente aos três meses anteriores ao pleito e fora das exceções previstas no artigo 36-A da Lei nº 9.504/97, leve ao conhecimento geral, ainda que de forma dissimulada, a candidatura, mesmo que somente postulada (...)" (Rp 189711-DF, Rel. Min. Joelson Dias, DJE 16.5.2011).

Pelo exposto, presentes os pressupostos, defiro a medida liminar para determinar ao segundo representado a retirada imediata do conteúdo impugnado de sua página da internet.

Publique-se.

Intimem-se.

Notifiquem-se os representados para, querendo, apresentarem defesa (Resolução-TSE nº 23.398, art. 8º, §4º), independente da publicação desta decisão ou do prazo para recurso.

Brasília, 28 de fevereiro de 2014.

Ministro Admar Gonzaga

(Art. 2º, §5º, Res.-TSE nº 23.398/2013)

¹ Estudo realizado pela Harvard University, divulgado pela BBC News. Disponível em <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/8089508.stm>. No mesmo sentido, confirmam-se os estudos realizados por um grupo de pesquisadores coreanos intitulado What is Twitter, a Social Network or a News Media?, disponível em <http://an.kaist.ac.kr/~haewoon/papers/2010-www-twitter.pdf>. Acesso; Todos acessados em 18.07.2010.

² Neste sentido, o estudo EM BUSCA DAS "REDES QUE IMPORTAM" Redes Sociais e Capital Social no Twitter, de Raquel Recuero e Gabriela Zago, disponível no sítio da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, em http://www.compos.org.br/data/trabalhos_arquivo_coirKgAeuz0ws.pdf; e o artigo O Twitter é uma rede social?, de Gabriela Zago, disponível em http://www.verbeat.org/blogs/gabrielazago/2010/05/o_twitter_e_uma_rede_social.html.