

Propaganda Eleitoral

Juliana Andrade Barichello¹

INTRODUÇÃO

O termo propaganda eleitoral define-se como uma forma de captação de votos utilizada pelos candidatos, partidos políticos e coligações, em época determinada pela lei, através da divulgação de ideias e propostas, com o objetivo de angariar votos em eleições a cargos eletivos.

O Tribunal Superior Eleitoral vem interpretando o termo “propaganda eleitoral” como uma manifestação publicitária, que tenha a pretensão de revelar ao eleitorado, simultaneamente, o cargo político pretendido pelo candidato, suas propostas de governo e a aptidão do candidato ao exercício da função pública.

A Lei 9.504/97 (Lei das Eleições), em seus artigos 36 a 57, aliada às resoluções editadas pelo Tribunal Superior Eleitoral, define as regras que serão aplicadas nas eleições, fixando a orientação jurisprudencial sedimentada no âmbito da Justiça Eleitoral.

Como cediço, um dos princípios basilares do processo eleitoral é o tratamento isonômico entre os candidatos aos cargos públicos eletivos. Na tentativa de atender a esse princípio, a lei fixou o momento para que cada candidato divulgue suas ideias e projetos de governo. De acordo com o art. 36, *caput* da Lei 9.504/97, só se admite propaganda eleitoral após o dia 5 de julho do ano da eleição. Ou seja, somente a partir do dia 6 de julho é que os candidatos poderão dar início à propaganda eleitoral.

A propaganda eleitoral poderá ser regularmente realizada, em regra, até a véspera da eleição, sendo certo que o art. 37, § 9.º da Lei das

¹ Juíza de Direito Titular da 2ª Vara da Comarca de Seropédica.

Eleições admite a distribuição de material gráfico, bem como a realização de caminhadas, carreatas e passeatas até as 22 horas do dia que antecede ao certame.

PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA

A propaganda antecipada, também denominada propaganda prematura ou extemporânea, tem seus limites regulamentados pelo *caput* do art. 36 da Lei 9.504/97. Embora não haja um marco inicial de vedação da propaganda eleitoral (a lei estabelece apenas o marco inicial de sua autorização), o Tribunal Superior Eleitoral vem se posicionando no sentido de ser irrelevante a distância temporal entre o ato de propaganda e a data das convenções partidárias para escolha dos candidatos ou da própria eleição.

Isso significa que a propaganda extemporânea pode ocorrer a qualquer momento antes do dia 6 de julho, inclusive no ano anterior ao pleito. No julgamento do Recurso Especial Eleitoral nº 19.905/GO, o TSE reconheceu a prática de propaganda antecipada realizada no Rio de Janeiro, durante a inauguração de uma obra em maio de 2009, com vistas à eleição presidencial de outubro de 2010.

Um ponto de extrema importância quando se analisa a questão da propaganda extemporânea diz respeito aos atos de promoção pessoal, como as mensagens de natal, fim de ano, páscoa, dia das mães, faixas de congratulações, felicitações por datas comemorativas, muitas vezes realizados através da utilização de *outdoors*, estrategicamente posicionados em locais de grande circulação de pessoas.

Em que pese não haver, na maioria dos casos, pedido explícito de votos ou alusão ao pleito eleitoral, a jurisprudência vem se posicionando no sentido de que tais atos constituem verdadeira propaganda eleitoral antecipada, principalmente quando se trata de pessoa filiada a partido político e com carreira política.

Insta salientar que, mesmo durante o período em que a propaganda eleitoral é autorizada, há vedação expressa à utilização de *outdoors*, na forma do art. 39, § 8.º da Lei das Eleições. O próprio Tribunal Superior

Eleitoral tem acolhido a tese de que a veiculação de *outdoors* em celebração de aniversário de políticos constitui propaganda eleitoral antecipada.

A finalidade eleitoral desses atos de promoção pessoal evidencia-se pela massificação da imagem e do nome do futuro candidato em locais estratégicos e de intensa circulação de veículos e pessoas e, muitas vezes, com a utilização de símbolos do partido e de suas cores usuais, cujo único objetivo é fixar o nome destes candidatos de fato na mente do eleitor.

Quando se fala em propaganda eleitoral antecipada é importante destacar as regras previstas no art. 36-A da Lei 9.504/97, que traz as condutas autorizadas no período pré-eleitoral e que, portanto, não serão consideradas como de propaganda eleitoral extemporânea.

Dentre as regras, merece destaque aquela que autoriza a participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na *internet*, desde que não haja pedido de votos e seja assegurado o tratamento isonômico a todos os candidatos de fato. Tal regra tem sido duramente criticada pela doutrina, que alega tratar-se de norma de parâmetros genéricos, que dificultaria o combate à propaganda antecipada.

VEDAÇÕES E FORMAS DE PROPAGANDA ELEITORAL

O Código Eleitoral (arts. 242 e 243), a Lei das Eleições (art.39 §§ 6.º a 8.º e 10), bem como as resoluções do Tribunal Superior Eleitoral trazem normas gerais em relação à propaganda eleitoral, aplicáveis as suas diferentes formas de veiculação (pela *internet*, rádio, televisão, dentre outras...).

Como nas últimas eleições, o Tribunal Superior Eleitoral vedou nas campanhas anúncios em *outdoors* (importante lembrar que não caracteriza *outdoor* a placa afixada em propriedade particular, cujo tamanho não exceda a 4 m²), realização de showmícios e mesmo a participação de artistas com o objetivo de animar comícios e reuniões eleitorais.

Insta salientar ser irrelevante o fato de o artista ser ou não remunerado, já que a vedação abrange a apresentação paga e a gratuita, não se admitindo, ainda, a exibição de vídeos em telões durante a realização de

comícios, já que tal ato transmudaria o comício em *show*.

O chamado trio elétrico, por sua vez, poderá ser utilizado apenas como instrumento para sonorização dos comícios ou como carro de som, para divulgar mensagens dos candidatos e suas vinhetas de campanha, ficando vedada sua utilização para animar a plateia com a exibição de *show* artístico ou musical.

No rol das proibições constam também práticas como a distribuição de brindes, cestas básicas e outros tipos de vantagens materiais aos eleitores, podendo o candidato responder não apenas pelo emprego de propaganda vedada, mas também pela prática de captação ilícita de sufrágio. Da mesma forma, não será tolerada pela Justiça Eleitoral a colagem de propagandas eleitorais em bens públicos, como postes, viadutos, passarelas ou pontes.

A realização de propaganda eleitoral móvel nas vias públicas, através da utilização de cavaletes, bonecos ou cartazes é admitida, desde que não dificulte o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos, devendo a colocação e retirada da propaganda ocorrer entre as 6 e as 22 horas.

No que tange aos veículos particulares, são permitidos o uso de adesivos e bandeiras, bem como o de placas que não ultrapassem o tamanho de 4 m², devendo a publicidade ser realizada de forma gratuita e espontânea e respeitar a legislação de trânsito.

Questão que vem merecendo destaque quando se trata de propaganda eleitoral é a possibilidade de utilização da *internet* para sua realização.

O Tribunal Superior Eleitoral editou a Resolução 23.370/11, que aponta as formas lícitas para a realização de propaganda eleitoral na *internet*. Segundo as regras estabelecidas, está liberada a publicação de *sites* para fins eleitorais, desde que o endereço eletrônico da página tenha sido informado aos cartórios eleitorais e o provedor seja estabelecido no Brasil. Também está permitida a propaganda eleitoral mediante mensagem eletrônica, desde que para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação. Por fim, é permitida a propagando por meio de *blogs* e redes sociais, como *Facebook* e *Twitter* e *Orkut*.

Importante ressaltar que se proíbe qualquer tipo de propaganda elei-

toral paga pela *internet*, sendo vedado, ainda, mesmo que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral na *internet* em sítios de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos e em *sites* oficiais ou hospedados por órgãos da Administração Pública direta ou indireta da União, Estados, Distrito Federal e Municípios.

Por fim, prevê o art. 57-I da Lei 9.504/97 que a Justiça Eleitoral poderá determinar a suspensão, por 24 horas, do acesso a todo conteúdo informativo dos sítios da *internet* que deixarem de cumprir as disposições legais sobre propaganda eleitoral, sendo o tempo de suspensão duplicado a cada reiteração.

CONCLUSÃO

A propaganda eleitoral consiste no meio mais eficiente e democrático de divulgação das metas e programas de governo dos candidatos que disputam um certame eleitoral e tem como base o Princípio da Publicidade, que garante ao cidadão amplo acesso à informação. Tal mecanismo aperfeiçoa-se a cada eleição, com a edição de Instruções pelo Tribunal Superior Eleitoral, propiciando maior segurança jurídica àqueles que participam do processo eleitoral.

O maior objetivo da Justiça Eleitoral é garantir que os avanços tecnológicos e as diversas formas de propaganda sejam utilizados de forma lícita por todos os candidatos ao pleito, coibindo os abusos que porventura ocorram ao longo do processo eleitoral e garantindo a isonomia entre todos os participantes.

Somente através de um eficaz controle dos abusos e excessos cometidos pelos candidatos na exposição de suas ideias por intermédio da propaganda é que a Justiça Eleitoral poderá garantir o equilíbrio de forças nas eleições. A garantia de tal equilíbrio é o principal desafio do magistrado eleitoral. ♦