



Entrevista

A entrevista deste número é com o Dr. Paulo Tamburini, juiz auxiliar da presidência do Tribunal Superior Eleitoral, sobre o papel do juiz eleitoral, destacando principalmente as atividades desenvolvidas no processo eleitoral.

Reportagem

O tema “Marcos históricos da Justiça Eleitoral” é abordado na reportagem da Assessoria de Imprensa e Comunicação Social do TSE.

Artigos

Nesta edição, os artigos tratam dos temas: registro de candidatura, criação de partidos políticos à luz da Constituição Federal de 1988, propaganda política e desincompatibilização, no que se refere às regras de candidatura para quem já ocupa cargo político-eletivo. Confira.



TRIBUNAL
SUPERIOR
ELEITORAL

PROPAGANDA POLÍTICO-ELEITORAL

*Roselha Gondim dos Santos Pardo**



Foto: Nelson Jr./ASICS/TSE

Conceito e tipos de propaganda política

Propaganda política são todas as formas de realização de meios publicitários que têm por objetivo conquistar simpatizantes ao conjunto de ideias de um partido e garantir votos.

Segundo Cândido (2010, p. 151), há três tipos de propaganda política: a intrapartidária, a partidária e a eleitoral. Já Gomes (2010, p. 333) afirma existirem quatro tipos de propaganda política: a intrapartidária, a partidária, a eleitoral e a institucional.

Considerando que nosso foco são as eleições de 2012, vamos nos restringir a tratar da propaganda eleitoral.

Propaganda eleitoral

É a propaganda em que partidos políticos e candidatos divulgam, por meio de mensagens dirigidas aos eleitores, suas candidaturas e propostas políticas, a fim de se mostrarem os mais aptos a assumir os cargos eletivos que

disputam, conquistando, assim, o voto dos eleitores.

A propaganda eleitoral tem suas diversas formas regulamentadas pela legislação eleitoral. Essa regulamentação visa, primordialmente, impedir o abuso do poder econômico e político e preservar a igualdade entre os candidatos.

O período da propaganda eleitoral se inicia em 6 de julho do ano da eleição e perdura até a véspera do pleito, conforme o tipo da propaganda.

Tipos de propaganda eleitoral

De modo geral, é livre o exercício da propaganda, desde que realizada nos termos da legislação eleitoral (Lei nº 9.504/97, art. 41). A seguir, faremos um apanhado do que a legislação eleitoral determina sobre:

1. Propaganda em geral

Na propaganda dos candidatos a cargo majoritário, que são presidente da República, governador, prefeito e senador, deverá constar, também, o nome do candidato a vice e dos suplentes de senador, de modo claro e legível, em tamanho não inferior a dez por cento do nome do titular (Lei nº 9.504/97, art. 36, § 4º).

A propaganda distribuída na forma de folhetos, volantes e outros impressos não depende da obtenção de licença municipal ou de autorização da Justiça Eleitoral. Todo

*Bacharel em Direito, servidora da Justiça Eleitoral, lotada na Escola Judiciária Eleitoral.

material de campanha eleitoral impresso (*folders*, folhetos, santinhos, cartazes, volantes, etc.) deve ser feito sob responsabilidade do partido, coligação ou candidato. Deve também conter o número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) ou o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) do responsável pela confecção, bem como de quem a contratou, e a respectiva tiragem para efeitos de prestação de contas (Lei nº 9.504/97, art. 38, § 1º). Esse tipo de propaganda é permitido até as vinte e duas horas do dia que antecede a eleição (Lei nº 9.504/97, art. 39, § 9º).

A fixação de adesivos em veículos particulares é permitida, pois os adesivos se enquadram no conceito de propaganda impressa de qualquer natureza ou tamanho (Res.-TSE nº 23.084, de 10.6.2009).

Não depende de licença a realização de propaganda partidária ou eleitoral, em recinto aberto ou fechado, devendo ser feita a devida comunicação à autoridade policial, no mínimo, vinte e quatro horas antes de sua realização, apenas para que esta lhe garanta a prioridade contra quem deseje usar o local no mesmo dia e horário.

2. Propaganda em bens particulares

Independente de obtenção de licença municipal ou de autorização da Justiça Eleitoral a veiculação de propaganda eleitoral por meio da fixação de faixas, placas, cartazes, pinturas ou inscrições, desde que não excedam a quatro metros quadrados e que não contrariem a legislação eleitoral (Lei nº 9.504/97, art. 37, § 2º).

A veiculação de propaganda eleitoral em bens particulares deve ser espontânea e gratuita, sendo proibido qualquer tipo de pagamento em troca de espaço para essa

finalidade. Se não houver a autorização do dono do imóvel, a propaganda se torna irregular, podendo o interessado requerer à Justiça Eleitoral que determine a sua retirada e, se for o caso, a restauração do bem.

3. Propaganda em bens públicos e bens de uso comum

É proibida a propaganda nos bens públicos, nos bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do poder público e nos bens de uso comum do povo (Lei nº 9.504/97, art. 37).

Para fins eleitorais, são bens de uso comum todos os bens públicos de uso do povo e também aqueles a que a população em geral tem acesso, tais como: estradas, praças, postes de iluminação pública e sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus, cinemas, clubes, lojas, centros comerciais, templos, ginásios, estádios, banca de revista, ainda que de propriedade privada (Lei nº 9.504/97, art. 37, § 4º).

4. Propaganda nas sedes do Poder Legislativo

Nas dependências do Poder Legislativo, a veiculação de propaganda eleitoral fica a critério da Mesa Diretora.

5. Propaganda em vias públicas, árvores e jardins

É permitida a colocação de cavaletes, bonecos, cartazes, mesas para distribuição de material de campanha e bandeiras ao longo das vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos (Lei nº 9.504/97, art. 37, § 6º).

É proibida a propaganda nas árvores e nos jardins localizados em áreas públicas, bem como em muros, cercas e tapumes divisórios, mesmo que não lhes cause dano (Lei nº 9.504/97, art. 37, § 5º).

6. Propaganda por meio de alto-falante, comício, showmício e trio elétrico

É permitido o funcionamento de alto-falantes ou amplificadores de som entre as oito e as vinte e duas horas, sendo proibidos a instalação e o uso desses equipamentos em distância inferior a duzentos metros:

- das sedes dos poderes Executivo e Legislativo da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios;
- das sedes dos tribunais;
- das sedes dos quartéis e outros estabelecimentos militares;
- dos hospitais e casas de saúde;
- de escolas, bibliotecas públicas, igrejas e teatros, quando em funcionamento.

(Lei nº 9.504/97, art. 39, § 3º)

É permitida a realização de comícios com a utilização de aparelhagem de som fixa no local do comício, no horário compreendido entre as oito e as vinte e quatro horas (Lei nº 9.504/97, art. 39, § 4º).

É proibida a realização de showmícios ou evento assemelhado para promoção de candidatos, bem como a apresentação remunerada ou não de artistas com a finalidade de animar comício e reunião eleitoral (Lei nº 9.504/97, art. 39, § 7º).

É proibido o uso de trio elétrico em campanhas eleitorais, exceto para a sonorização de comícios (Lei nº 9.504/97, art. 39, § 10).

7. Propaganda mediante distribuição de brindes

É proibida a confecção, utilização, distribuição por comitê, candidato, ou com a sua autorização,

de camisetas, chaveiros, bonés, canetas, brindes, cestas básicas ou quaisquer outros bens ou materiais que possam proporcionar vantagem ao eleitor (Lei nº 9.504/97, art. 39, § 6º).

8. Propaganda por *outdoors*, painel eletrônico, *backlight* e similares

É proibida a utilização de *outdoors* (Lei nº 9.504/97, art. 39, § 8º). O TSE já estabeleceu que painel eletrônico, *backlight* ou similar são classificados como *outdoors*, portanto, caracterizam propaganda eleitoral irregular (Res.-TSE nº 23.084 de 10.6.2009).

A propaganda eleitoral mediante *outbus* ou *busdoor* é terminantemente proibida. Não pode ser veiculada em ônibus porque as empresas de ônibus são concessionárias de serviço público e elas são proibidas de fazer doação em dinheiro, ou estimável em dinheiro, a partido ou candidato (Res.-TSE nº 23.084 de 10.6.2009).

Igualmente proibida é a propaganda em táxis, pois se enquadra na mesma situação dos ônibus.

8. Carreata, passeata e carro de som

É permitido realizar caminhada, carreata, passeata ou usar carro de som que transite pela cidade, divulgando *jingles* ou mensagens de candidatos, até as vinte e duas horas do dia que antecede a eleição (Lei nº 9.504/97, art. 39, § 9º).

9. Propaganda na imprensa escrita

Até a antevéspera das eleições, são permitidas a divulgação paga e a reprodução na Internet do jornal impresso de até dez anúncios de propaganda eleitoral, por jornal, em datas diversas, para cada candidato, no espaço máximo, por edição, de um oitavo de página

de jornal padrão e de um quarto de página de revista ou tabloide (Lei nº 9.504/97, art. 43). Deverá constar, de forma visível, o valor pago pelo anúncio (Lei nº 9.504/97, art. 43, § 1º).

10. Propaganda assemelhada à propaganda pública

É proibido, na propaganda eleitoral, o uso de símbolos, frases ou imagens associados ou semelhantes aos empregados por órgão de governo, empresa pública ou sociedade de economia mista (Lei nº 9.504/97, art. 40).

Fiscalização da propaganda

A fiscalização de propaganda eleitoral pode ser feita por todos os cidadãos ou candidatos que, se tiverem conhecimento da ocorrência de irregularidades, devem denunciar à Justiça Eleitoral ou ao Ministério Público Eleitoral.

Os juízes eleitorais ou os juízes designados pelos tribunais regionais eleitorais nos municípios com mais de uma zona têm o poder de polícia para inibir qualquer prática irregular ou ilegal de propaganda eleitoral.

Direito de resposta

Direito de resposta é uma ação que pode ser proposta por candidatos, partidos ou coligações que se achem ofendidos por frases, palavras ou ideias que não correspondam à verdade.

O direito de resposta nasce a partir das convenções para defesa de candidatos, partidos ou coligação atingidos, ainda que de forma indireta, por conceito, imagem ou afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa ou sabidamente inverídica, difundidos por qualquer veículo de comunicação social (Lei nº 9.504/97, art. 58).

Ressalte-se que, no âmbito eleitoral, esses conceitos são um pouco relativizados. Por exemplo: não cabe direito de resposta se a propaganda tem foco em matéria jornalística, apenas noticiando conhecido episódio; se em debate eleitoral forem utilizadas palavras deselegantes que, no âmbito da vida privada, ofenderiam o interlocutor; se forem feitas afirmações indelicadas e similares.

Na próxima revista eletrônica, trataremos da propaganda eleitoral no rádio e na televisão e da propaganda no dia da eleição.

Referências

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *Código eleitoral anotado e legislação complementar*. 10. ed. Brasília/DF: SGI/TSE, 2012.

CÂNDIDO, Joel José. *Direito Eleitoral Brasileiro*. 14. ed. São Paulo/SP: Edipro, 2010.

GOMES, José Jairo. *Direito eleitoral*. 8. ed. São Paulo/SP: Atlas, 2012.