

A RESPONSABILIDADE CIVIL DOS CANDIDATOS PELA PROPAGANDA ENGANOSA OU ABUSIVA NOS HORÁRIOS GRATUITOS DE RÁDIO E TELEVISÃO

CARLOS LUANGA RIBEIRO LIMA

Servidor do Tribunal Regional Eleitoral de Mato Grosso e pós-graduando em Direito Empresarial pela Universidade Federal de Mato Grosso.

1 - Introdução

Tema recorrente nos tribunais e nos meios de comunicação social, a propaganda política já está presente nas telas das tevês.

Cumprе assinalar, inicialmente, que o alvo de toda propaganda é o consumidor. Na propaganda destinada à venda de um produto, há em mente convencê-lo a adquirir o bem entre aqueles oferecidos pelos concorrentes.

No caso da propaganda política, o consumidor é o cidadão. A meta é fazê-lo aceitar a idéia veiculada, que está relacionada ao poder político: exaltação de candidato, crítica à atuação dos dirigentes, sugestão de troca destes e etc.

Didaticamente, propaganda política é aquela voltada para a conquista do poder, para a prevalência de uma posição em plebiscito, referendo, manutenção ou substituição dos integrantes do governo ao qual compete a condução do Estado.

A Propaganda política é gênero da qual a eleitoral é espécie. Nesse sentido, a propaganda eleitoral é aquela feita por candidatos e partidos políticos, que objetivam a captação de voto para investidura na representação popular. Está intimamente relacionada com o processo eletivo, sendo direcionada para captar a simpatia do eleitor por ocasião da escolha de seus governantes.

Assim, tendo em vista a fundamental importância da propaganda eleitoral nos meios de comunicação para a difusão dos ideais políticos e das metas de governo a serem cumpridos, com todas as suas conseqüências, o enfoque desse artigo é o estudo da responsabilidade civil de tais agentes, vale dizer, de candidatos, pela publicidade enganosa ou abusiva.

2 - Da responsabilidade civil do candidato à propaganda eleitoral abusiva ou enganosa.

A propaganda eleitoral está intrinsecamente ligada à explanação, pelo candidato, do programa de governo que será cumprido durante o mandato, caso venha a ser eleito. Esse programa de governo é elaborado de acordo com os ideais partidários estabelecidos nos seus estatutos.

Efetivamente, a propaganda eleitoral, assim como a publicidade comercial, agrega um conjunto de técnicas empregadas para suggestionar pessoas na tomada de decisão.

Por essa razão, no caso de descumprimento do plano de governo defendido pelo candidato durante o horário eleitoral gratuito, entende-se que o consumidor/cidadão que se sentir lesado poderá atribuir responsabilidade civil ao agente com fundamento no artigo 186 do novo Código Civil.

Com efeito, o candidato somente se isentará da

responsabilidade se conseguir provar que não incorreu em propaganda enganosa ou abusiva, por meio da demonstração da veracidade e correção do conteúdo veiculado.

Cuida-se, portanto, de uma responsabilidade objetiva, na qual a prova da ocorrência de propaganda falsa independe de qualquer elemento subjetivo por parte do consumidor/cidadão.

Afinal, é inegável o efeito devastador da propaganda eleitoral por intermédio dos meios de comunicação, pois o êxito de uma mensagem já não está na racionalidade argumentativa que a fundamenta, mas sim na vinculação da imagem do candidato ao “produto” oferecido para os espectadores; e os candidatos assumem, nesses casos, uma posição de “garante” junto aos cidadãos, pois a credibilidade que as pessoas lhes depositam é transferida para a propaganda eleitoral e, por consequência, no plano de governo que se está divulgando.

Aliás, mesmo que se admita a possibilidade de os candidatos albergarem-se sob o manto das liberdades de expressão e de informação, não se pode esquecer que tais liberdades existem para beneficiar a sociedade democrática em suas dimensões civil e eleitoral, e não como prerrogativa de negócios sem limites na mídia e na política. A liberdade de expressão deve sempre ser construtiva e ética, e não destrutiva, turbulenta, difamatória ou enganosa.

3 - CONCLUSÃO

É indubitável que os candidatos, durante o programa eleitoral gratuito no rádio e na televisão, devem ser responsabilizados pela publicidade enganosa causadora de danos aos cidadãos/eleitores quando não implementadas as metas de

governo.

O cidadão não pode se furtar de responsabilizar o candidato que, aproveitando-se do carisma e da confiabilidade que representa para o grande público, oferece o seu “produto” e, conseqüentemente, cria expectativas legítimas que devem ser protegidas. Quem sabe assim os promissores planos de governo apresentados durante a propaganda eleitoral não ficam somente nas telinhas da televisão.