

Um convite à reflexão.

A deformação da propaganda eleitoral obrigatória na televisão durante a campanha municipal.

Geraldo Agosti Filho
Advogado.

A eleição periódica, com voto secreto e universal, é a pedra angular do regime democrático.

Sob esse prisma, a eleição municipal¹ de Araguinha-MT, com 954 eleitores,² o menor colégio eleitoral do país, tem a mesma relevância que a eleição do município de São Paulo-SP, com 8.886.324 eleitores.³

As eleições do ano de 2016 foram realizadas em 5.568 municípios. Em todos os municípios, com raríssima exceção, chegou a transmissão obrigatória do horário eleitoral gratuito na televisão aberta, no período de 26 de agosto a 29 de setembro de 2016, no horário das 13 h às 13h10 e das 20h30 às 20h40.

Essa transmissão da propaganda eleitoral obrigatória somente foi e é realizada por emissoras classificadas como geradoras, e transmitida por todas, as emissoras geradoras e as emissoras retransmissoras. No Brasil há 517 emissoras classificadas como geradoras, essas têm a obrigação de gerar e transmitir a propaganda eleitoral, estão instaladas em 300 municípios, ou um pouco mais.

A maioria dos municípios do Brasil recebe o sinal de televisão aberta, por meio de emis-

1. Eleições municipais no ano de 2016.

2. TSE Estatísticas – eleições 2016.

3. Idem.

sora retransmissora, cujo sinal abrange aquela localidade.

Um esclarecimento, por determinação legal, a emissora retransmissora de sinal de televisão, como regra geral, não pode gerar conteúdo, apenas lhe é permitido retransmitir o sinal gerado pela emissora geradora.

Um simples cálculo de subtração aponta o tamanho da deformação decorrente da transmissão obrigatória da propaganda eleitoral nas eleições municipais do Brasil.

Somente poucos municípios têm a possibilidade de discutir seus problemas no horário eleitoral.

Realizadas eleições municipais em 5.568 municípios, subtrai-se o número de 300 municípios, esses são os que possuem emissoras geradoras de som e imagem (TV). Há um saldo de 5.051 municípios que receberam a transmissão de propaganda eleitoral gratuita, **com candidato de outra localidade, não do seu município**. A imensa maioria dos municípios do Brasil assiste na televisão à propaganda eleitoral de candidatos que por eles, telespectadores/eleitores, não podem ser votados.

Somente poucos municípios, aqueles que dispõem de emissoras geradoras instaladas na sua localidade, têm a possibilidade de discutir seus problemas específicos no horário eleitoral gratuito. Nas demais localidades, o programa eleitoral obrigatório exhibe os candidatos que não podem ser votados porque são candidatos em município diverso.

A transmissão do sinal de televisão aberta tem uma abrangência maior que as fronteiras do município, cria uma situação excepcional de exposição para o candidato que dispõe de programa eleitoral. Sem dúvida, essa exposição na televisão

gera benefício. Esse candidato com exposição pela televisão acrescenta para si o denominado *recall*, que é a lembrança do seu nome para a eleição futura. É uma promoção pessoal, um privilégio assegurado por um dispositivo legal, como meio de perpetuar o interesse de poucos.

A Lei nº 9.504/1997, Lei das Eleições, dispõe textualmente:

“Art. 44 - A propaganda eleitoral no rádio e na televisão restringe-se ao horário gratuito definido nesta lei, vedada a veiculação de propaganda paga. [...]

§ 2º - No horário reservado para a propaganda eleitoral, não se permitirá utilização comercial ou propaganda realizada com a intenção, ainda que disfarçada ou subliminar, de promover marca ou produto”.

Os dispositivos acima mencionados demonstram objetivamente a finalidade da lei, restringe a transmissão da propaganda eleitoral ao horário determinado e veda qualquer hipótese de outra atividade, permite somente campanha eleitoral dos candidatos.

Joel J. Cândido (2010, p. 151) define propaganda política eleitoral:

“é uma forma de captação de votos usada pelos partidos políticos, coligações ou candidatos, em época determinada pela lei, através da divulgação de suas propostas, visando a eleição a cargos eletivos”.

Carlos Mario Velloso e Walber de Moura Agra (2010, p. 214) definem propaganda eleitoral: “a propaganda eleitoral é destinada ao fenômeno político, pelo qual há uma interação entre candidato e eleitor [...]”.

Paulo Henrique dos Santos Lucon (2011, p. 701), comentando a respeito de propaganda eleitoral, diz:

“a propaganda eleitoral é aquela em que os partidos políticos e os candidatos buscam levar ao conhecimento dos eleitores seu programa partidário, suas propostas para o mandato para convencê-los

a escolherem determinados candidatos ou partidos na votação”.

Como se observa, a doutrina caracteriza a propaganda eleitoral somente quando há o binômio: **eleitor-candidato**. Se não houver esse binômio, não será propaganda eleitoral. É outra coisa. Poderá ser promoção pessoal; poderá ser ainda propaganda antecipada de futuro candidato a outras eleições (construindo um *recall*); enfim, há várias possibilidades.

Desta forma a propaganda (eleitoral obrigatória) que exhibe um candidato impossível de ser

votado na circunscrição eleitoral do eleitor que assiste ao programa eleitoral gratuito não é propaganda eleitoral.

As campanhas eleitorais municipais geraram uma grave distorção no processo eleitoral, com a transmissão obrigatória da propaganda eleitoral gratuita, incidindo em uma grave violação à finalidade da lei.

É necessário ajustar essa distorção gerada pela propaganda obrigatória nas campanhas das eleições municipais. ■

Bibliografia

CÂNDIDO, Joel J. *Direito Eleitoral Brasileiro*. Bauru: Edipro, 2010.
LUCON, Paulo Henrique dos Santos. *Código Eleitoral Interpretado*. São Paulo: Atlas, 2011.

VELLOSO, Carlos Mario; AGRA, Walber de Moura. *Elementos de Direito Eleitoral*. São Paulo: Saraiva, 2010.