

Tribunal Regional Eleitoral
Rio Grande do Norte

Revista Eleitoral

Natal - 2013

PROPAGANDAS ELEITORAIS: CONCEITUAÇÃO E ANÁLISE JURISPRUDENCIAL

LEANDRO DIAS DE SOUSA MARTINS

Técnico Judiciário do Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Norte.

Pós-Graduado em Direito Público

Resumo: Analisa os conceitos e principais características dos diversos tipos de propaganda eleitoral: partidária, intrapartidária e a eleitoral stricto sensu. Igualmente, buscou definir quais as principais sanções pelo desvirtuamento dessas publicidades. Ademais, colacionou precedentes do Tribunal Superior Eleitoral e do Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Norte acerca dos temas. Por fim, selecionou-se um acórdão promovido pelo mencionado Regional, que trata da maior quantidade de conceitos sobre os temas abordados.

Palavras-chave: Propaganda Eleitoral. Partidária. Intrapartidária. Extemporânea. Antecipada. Sanções.

1 INTRODUÇÃO

O escopo deste artigo foi desenvolver os conceitos jurídicos e características referentes aos diversos tipos de propaganda: eleitoral, intrapartidária e partidária, em razão da similitude entre elas, evitando-se a existência de confusões entre elas.

Dessa forma, se buscou esclarecer quais os pontos característicos de cada uma, de forma que facilite aos operadores do direito, políticos, agremiações partidárias e cidadãos em geral diferenciá-las mais facilmente, e, conseqüentemente, busquem o emprego correto delas, além de possibilitar uma maior fiscalização da sociedade.

Aliado a esse fato, contemplou-se uma análise jurisprudencial, principalmente, no âmbito do Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Norte acerca dos temas referentes à propaganda. Portanto, põe-se à disposição da comunidade jurídica mais uma fonte de consulta para compreender as posições adotadas no mencionado Regional.

Por fim, para elucidar ainda mais a matéria, pinçou-se um voto recente do citado tribunal, o qual abordou diversos pontos referentes à propaganda eleitoral, tais como: propaganda intrapartidária; propaganda extemporânea subliminar; conceito de recinto fechado; e, prévia ciência dos candidatos.

2 TIPOS DE PROPAGANDA

2.1 PROPAGANDA PARTIDÁRIA

Esse tipo de propaganda, como o próprio nome sugere, é aquela realizada pelos partidos políticos para, principalmente, dar visibilidade aos seus ideais e pontos de vista para os filiados, bem como buscar novos integrantes. Ela foi tratada pelos arts. 45 a 49 da Lei n.º 9.096/1995, e regulamentada pela Resolução TSE n.º 20.034/1997.

O próprio art. 45 da mencionada lei esboça quais são os objetivos da propaganda partidária:

Art. 45. A propaganda partidária gratuita, gravada ou ao vivo, efetuada mediante transmissão por rádio e televisão será realizada entre as dezenove horas e trinta minutos e as vinte e duas horas para, com exclusividade:

I - difundir os programas partidários;

II - transmitir mensagens aos filiados sobre a execução do programa partidário, dos eventos com este relacionados e das atividades congressuais do partido;

III - divulgar a posição do partido em relação a temas político-comunitários.

Quanto ao inc. II, identifica-se que ele condensou na verdade duas hipóteses diversas: a) a propaganda eleitoral antecipada, quando há a divulgação de candidatos a cargos eletivos; e b) a defesa de interesses pessoais ou de outros partidos.

Essa primeira parte – propaganda eleitoral antecipada – será objeto de estudo mais adiante.

Já o escopo da segunda parte é tentar conter a famosa promoção pessoal dos dirigentes partidários, em detrimento do partido político em si. Além desse fato, a imissão da propaganda de um partido na esfera publicitária do outro, feriria a igualdade partidária, demonstrando o poderio econômico das grandes agremiações, que dessa forma “estariam obtendo, por via transversa, tempo maior do que teriam realmente direito”².

Por fim, o último inciso proíbe a utilização de recursos de trucagem, montagem ou a apresentação de cenas incorretas ou incompletas, de modo a embaralhar e confundir os cidadãos.

Caso essas regras não sejam observadas, a agremiação partidária deverá ser punida com a cassação de tempo equivalente a 5 (cinco) vezes ao da inserção ilícita, no semestre seguinte, conforme dispõe o art. 45, § 2º, inc. II da Lei n.º 9.096/1995. Essa sanção é muito tímida, devendo o legislador ampliar o leque de punições disponíveis ao julgador de forma que possa inibir essa prática tão corriqueira no âmbito eleitoral. Dentre uma das formas de repressão ao desvirtuamento da propaganda estaria a aplicação de multas de valores elevados ou até mesmo a proibição de lançar candidatos na eleição vindoura, em razão da gravidade da conduta praticada.

2.2 PROPAGANDA INTRAPARTIDÁRIA

Essa é a mais fácil de se reconhecer, pois é aquela que os partidos e candidatos se utilizam para demonstrar suas intenções de candidaturas e destinam-se apenas aos filiados que participarão da convenção do partido, sendo vedada a publicidade geral aos eleitores, e foi regulada no art. 36, § 1º da Lei n.º 9.504/1997 da seguinte forma: “ao postulante a candidatura a cargo eletivo é permitida a realização, na quinzena anterior à escolha pelo partido, de propaganda intrapartidária com vista à indicação de seu nome, vedado o uso de rádio, televisão e *outdoor*.”

GOMES³ e VIANNA⁴, respectivamente, não discrepam desse conceito:

Como a própria expressão sugere, essa propaganda não se dirige aos eleitores em geral, senão aos filiados à agremiação que participarão da convenção de escolha dos candidatos que disputarão os cargos eletivos. Daí a vedação do uso de meios de comunicação de massa, como rádio, televisão e *outdoor*.

A propaganda intrapartidária diz respeito à divulgação das idéias dos candidatos que disputarão cargos eletivos para angariação de votos dos respectivos colegas na convenção partidária.

Esse tipo de publicidade somente pode ser realizada durante os 15 (quinze) dias que antecedem a data prevista para a convenção, e esta somente pode ser realizada no período de 12 a 30 de junho do ano em que se realizem as eleições (art. 8º, da Lei n.º 9.504/1997, com redação dada pela Lei n.º 12.891/2013).

Finalmente, caso ocorra o desvirtuamento desse tipo de publicidade, por exemplo, ocorrendo a ampla divulgação para os eleitores, os partidos e candidatos podem ser punidos por propaganda eleitoral extemporânea, havendo diversos julgados do Tribunal Superior Eleitoral e do Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Norte aplicando a sanção de multa:

“[...] Recurso especial eleitoral. Representação por propaganda eleitoral extemporânea (art. 36, da Lei n. 9.504/97). Configuração. Veiculação, em emissora de rádio, de propaganda intrapartidária dirigida à

2. GOMES, José Jairo. *Direito Eleitoral*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2012. p. 336.

3. GOMES, José Jairo. *Direito Eleitoral*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2012. p. 339.

4. VIANNA, Fernando Maurício Pessoa Ramalho. A propaganda eleitoral antecipada e suas especificidades. *Jus Navigandi*, Teresina, ano 16, n. 2780, 10 fev. 2011. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/18464>>. Acesso em: 19 jun. 2014.

RAMAYANA⁵ conceitua da seguinte forma:

Trata-se de espécie de propaganda que tem a finalidade precípua de divulgar ideias e programas dos candidatos. É a oportunidade que a legislação eleitoral atribuiu ao candidato para exteriorizar o símbolo real do mandato representativo e partidário.

Por sua vez, GOMES⁶ doutrina:

Denomina-se propaganda eleitoral a elaborada por partidos políticos e candidatos com a finalidade de captar votos do eleitorado para investidura em cargo público-eletivo. Caracteriza-se por levar ao conhecimento público, ainda que de maneira disfarçada ou dissimulada, candidatura ou os motivos que induzam à conclusão de que o beneficiário é o mais apto para o cargo em disputa. Nessa linha, constitui propaganda eleitoral aquela adrede preparada para influir na vontade do eleitor, em que a mensagem é orientada à conquista de votos.

Por fim, VIANNA⁷, assim, explicita:

A propaganda eleitoral consiste nas ações de natureza política e publicitária desenvolvidas pelos candidatos, de forma direta ou indireta, com apelos explícitos ou de modo disfarçado, destinadas a influir sobre os eleitores, de modo a obter a sua adesão às candidaturas e, por conseguinte, a conquistar o seu voto.

Conforme se observou, existem diferenças marcantes entre os diversos tipos de propaganda.

Enquanto o objetivo da propaganda partidária é de difundir o ideário e programa das agremiações, visando novos filiados ou votos futuros em razão da ideologia defendida, a propaganda eleitoral visa difundir o projeto político para conquistar os votos imediatos dos eleitores.

Por sua vez, também não se confunde com a intrapartidária, pois essa é destinada somente aos convencionais do partido político, além de ser restrita aos quinze dias que antecedem à data agendada para a convenção partidária.

Feitos os esclarecimentos anteriores com relação à diferença entre os diversos tipos de propaganda, parte-se, nesse momento, para a análise dos detalhes impostos pela legislação com o fito de disciplinar essa divulgação de ideias.

De início, algumas proibições impostas pela na norma eleitoral podem ser encontradas no art. 243 do Código Eleitoral:

Art. 243. Não será tolerada propaganda:

- I - de guerra, de processos violentos para subverter o regime, a ordem política e social ou de preconceitos de raça ou de classes;
- II - que provoque animosidade entre as forças armadas ou contra elas, ou delas contra as classes e instituições civis;
- III - de incitamento de atentado contra pessoa ou bens;
- IV - de instigação à desobediência coletiva ao cumprimento da lei de ordem pública;
- V - que implique em oferecimento, promessa ou solicitação de dinheiro, dádiva, rifa, sorteio ou vantagem de qualquer natureza;
- VI - que perturbe o sossego público, com algazarra ou abusos de instrumentos sonoros ou sinais acústicos;
- VII - por meio de impressos ou de objeto que pessoa inexperiente ou rústica possa confundir com moeda;
- VIII - que prejudique a higiene e a estética urbana ou contravenha a posturas municipais ou a outra qualquer restrição de direito;

5. RAMAYANA, Marcos. **Direito Eleitoral**. 11. ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2010. p. 414.

6. GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2012. p. 340.

7. VIANNA, Fernando Maurício Pessoa Ramalho. **A propaganda eleitoral antecipada e suas especificidades**. Jus Navigandi, Teresina, ano 16, n. 2780, 10 fev. 2011. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/18464>>. Acesso em: 19 jun. 2014.

ELEITORAL - REPRESENTAÇÃO - PROPAGANDA EXTEMPORÂNEA - LEI

FEDERAL Nº 9.504/1997 ARTIGO 36, § 3º - PEDIDO DE ANTECIPAÇÃO DE TUTELA - PROGRAMA ASSISTENCIALISTA DE DISTRIBUIÇÃO DE ALIMENTOS - AMBULÂNCIAS - VEÍCULOS ADESIVADOS - MENÇÃO EXPLÍCITA A CARGOS POLÍTICOS E PESSOAS - FOTOGRAFIAS EM GRANDE FORMATO - EXPOSIÇÃO DESPROPORCIONAL E IMPACTANTE DE PERSONALIDADES - CARACTERIZAÇÃO DE PROPAGANDA EM PERÍODO VEDADO - CONDENAÇÃO NAS ELEIÇÕES 2010 - REINCIDÊNCIA - MULTA - PRECEDENTES.

1. Toda e qualquer propaganda praticada fora do período regrado pelo artigo 36 da Lei Federal nº 9.504/1997 é classificada como extemporânea, devendo ser rechaçada pelo Judiciário;
2. Mensagens não recepcionadas pelas regras previstas no artigo 36-A da Lei das Eleições, mesmo que implícitas, em formato subliminar ou dissimulado, podem provocar a quebra da isonomia do pleito, conforme precedentes deste Regional;
3. Independente de menção expressa a pedido de voto ou a cargo ou eleição, a propaganda se configura pela comunicação ideológica autônoma, desproporcional ou desconexa ao objeto ao qual supostamente se associa, favorecendo a imagem pública de alguém que, potencialmente, pode lançar candidatura, sendo que somente na análise do caso concreto pode-se aferir a prática de propaganda extemporânea.
4. A associação de imagens, nomes e cargos com programas assistencialistas, como aqueles de distribuição de alimentos ou de serviços de ambulâncias, revela nítido objetivo de projeção social e difusão de personalidades que, ocupando cargos políticos, retiram claro proveito eleitoral da impactante divulgação de suas imagens e ações perante a população carente;
5. Não somente aquele que se beneficia diretamente - pretense candidato - deve ser sancionado, mas igualmente o que idealiza ou dá suporte material à prática antinormativa;
6. O Tribunal Regional Eleitoral deve primar pela segurança jurídica de seus julgados, sendo que, casos já submetidos à apreciação judicial e sancionados devem ensejar o endurecimento na análise de condutas que se mostram reincidentes pelos mesmos representados;
7. Deferimento parcial do pedido, com a condenação em multa e imposição de astreintes pela desobediência.

(Representação nº 115-06.2013, Acórdão de 19/12/2013, Relator Des. João Rebouças, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Data 07/01/2014, Página 09)

Apesar do entendimento esposado anteriormente, GOMES¹¹ entende que o marco temporal inicial da propaganda extemporânea deveria ser o mês de janeiro do ano eleitoral, pois fatos ocorridos previamente ao mês mencionado não teriam o condão de macular a eleição em razão do longo período decorrido, e dessa forma, qualquer dissimulação seria diluída pelo esquecimento. Embora, muito abalizada, como a lei não fixou uma divisa temporal inicial, deve-se priorizar a cognição adotada pelo TRERN, pois é fato que uma propaganda muito bem feita fixa na mente do eleitor, ainda que transcorra período temporal largo.

Essa propaganda antecipada ainda pode ser entabulada de duas formas: explícita ou subliminarmente. Ocorre a explícita quando o candidato pede voto expressamente, e de outro modo, a subliminar se caracteriza pelo embuste engendrado no discurso proferido, tentando incutir na mente dos eleitores de forma implícita o pedido de voto.

A forma subliminar é a mais difícil de ser caracterizada, pois o magistrado não pode se ater ao discurso puro do candidato, mas ponderar todos os pormenores envolvidos como a ambientação, os signos presentes, as figuras de linguagens presentes no discurso, dentre vários outros detalhes.

11. GOMES, José Jairo. *Direito Eleitoral*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2012. p. 345.

I - a participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, observado pelas emissoras de rádio e de televisão o dever de conferir tratamento isonômico; (Redação dada pela Lei nº 12.891, de 2013)

II - a realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, discussão de políticas públicas, planos de governo ou alianças partidárias visando às eleições, podendo tais atividades ser divulgadas pelos instrumentos de comunicação intrapartidária; (Redação dada pela Lei nº 12.891, de 2013)

III - a realização de prévias partidárias e sua divulgação pelos instrumentos de comunicação intrapartidária e pelas redes sociais; (Redação dada pela Lei nº 12.891, de 2013)

IV - a divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se faça pedido de votos; (Redação dada pela Lei nº 12.891, de 2013)

V - a manifestação e o posicionamento pessoal sobre questões políticas nas redes sociais. (Incluído pela Lei nº 12.891, de 2013)

Parágrafo único. É vedada a transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão das prévias partidárias. (Incluído pela Lei nº 12.891, de 2013)

A minirreforma, quanto ao tema abordado, adequou a lei das eleições às novas tecnologias, notadamente, o uso das redes sociais, não fazendo nenhuma mudança radical quanto ao texto pretérito.

2.4 SANÇÕES

A legislação eleitoral previu algumas sanções, quando ocorrer o desvirtuamento das propagandas eleitorais. A seguir serão examinadas aquelas mais cotidianas, porém sem adentrar no aspecto criminal.

Caso os partidos políticos não respeitem as limitações impostas no art. 45 da Lei n.º 9.096/1995, a punição imposta deverá ser:

Art. 45. (...)

§ 2º O partido que contrariar o disposto neste artigo será punido: (Redação dada pela Lei nº 12.034, de 2009)

I - quando a infração ocorrer nas transmissões em bloco, com a cassação do direito de transmissão no semestre seguinte; (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

II - quando a infração ocorrer nas transmissões em inserções, com a cassação de tempo equivalente a 5 (cinco) vezes ao da inserção ilícita, no semestre seguinte. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

Acentua-se que a competência para analisar as representações, nesse caso, deverá ser do Corregedor Regional Eleitoral, quando se tratar de inserções estaduais, em razão do disposto no art. 13 da Resolução TSE 20.034/1997.

Ademais, se o desvirtuamento da propaganda partidária se der com a finalidade de fazer publicidade de candidatos antes do prazo, caracterizando, dessa forma, a propaganda extemporânea, segundo jurisprudência pacífica do TSE, além da condenação anterior, deve ser cumulada a multa prevista no art. 36, § 3º da Lei n.º 9.504/1997:

PROPAGANDA PARTIDÁRIA. ALEGAÇÃO DE DESVIO DE FINALIDADE. PUBLICIDADE NEGATIVA. AGREMIAÇÕES PARTIDÁRIAS DIVERSAS. PROMOÇÃO PESSOAL. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. CASSAÇÃO DE DIREITO DE TRANSMISSÃO. EXTINÇÃO SEM EXAME DO MÉRITO. APLICAÇÃO. MULTA. PARCIAL PROCEDÊNCIA.

1. Há desvio de finalidade no programa partidário, sob a forma de propaganda eleitoral subliminar, quando se comparam administrações de agremiações antagônicas, com o intuito de ressaltar as qualidades do responsável pela propaganda e de realizar publicidade negativa de outros partidos políticos, principalmente às vésperas de período eleitoral.

[...] o prévio conhecimento pode ser afirmado em situações como as seguintes: (a) sempre que o beneficiário seja o responsável direto pela realização da propaganda ou dela participe; (b) se as circunstâncias e as peculiaridades do caso concreto revelarem a impossibilidade de o beneficiário não ter tido conhecimento da propaganda; (c) se o beneficiário for notificado pela Justiça Eleitoral da existência da propaganda irregular e não providenciar sua retirada ou regularização no prazo especificado na notificação.

Observando a jurisprudência do TRE/RN, encontra-se acórdão que analisa a questão do prévio conhecimento, quando, no caso em discussão, existiam várias fotos com eleitores portando bonés com instrumento musical, o qual representa o estilo musical do candidato a prefeito:

PROPAGANDA ELEITORAL EXTEMPORÂNEA - DISTRIBUIÇÃO DE BONÉS - REPRESENTAÇÃO - PROCEDÊNCIA PARCIAL PELO JUÍZO DE PRIMEIRO GRAU - RECURSO DO PETICIONADO - ALEGAÇÃO DE INOCORRÊNCIA DE PROPAGANDA ANTECIPADA - INFRAÇÃO AO ART. 36 DA LEI Nº 9.504/97 - CARACTERIZAÇÃO - CONHECIMENTO E DESPROVIMENTO - RECURSO DO MINISTÉRIO PÚBLICO ELEITORAL EM DESFAVOR DO SEGUNDO REPRESENTADO - DISTRIBUIÇÃO DE BONÉS E PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS POPULARES - FAVORECIMENTO POLÍTICO DO PRÉ-CANDIDATO A PREFEITO - INFRAÇÃO AO ART. 36 DA LEI Nº 9.504/97 - CARACTERIZAÇÃO - CONHECIMENTO E PROVIMENTO.

1. Configura propaganda eleitoral extemporânea 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;
2. A propaganda eleitoral antecipada pode ficar configurada não apenas em face de eventual pedido de votos ou de exposição de plataforma ou aptidão política, mas também ser inferida por meio de circunstâncias subliminares, aferíveis em cada caso concreto;
3. A distribuição de bonés pelo recorrente configura propaganda eleitoral antecipada, sendo necessária a imposição da multa, como sanção pecuniária, em obediência ao disposto no art. 36, § 3º, da referida lei;
4. No caso do segundo representado, ora recorrido, embora não tenha havido pedido explícito de votos durante as festividades, sua participação em diversos eventos conhecidos como “cantorias de viola”, nos quais aparece ao lado de várias pessoas portando os bonés distribuídos pelo primeiro representado, ora recorrente, caracterizam a propaganda eleitoral extemporânea, posto que evidenciam seu consentimento, sendo necessária a imposição da multa, como sanção pecuniária, em obediência ao disposto no art. 36, § 3º, da referida lei;
5. Recurso do representado desprovido e recurso do Ministério Público Eleitoral provido.

(Recurso Eleitoral nº 15-16.2012, Acórdão de 21/08/2012, Relator Des. Vivaldo Pinheiro, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Data 27/08/2012, Páginas 02/03)

Apesar de estar expressamente na legislação, o conhecimento prévio, atualmente, serve para beneficiar os candidatos. Pleiteia-se, assim, a reforma do art. 36, § 3º da lei das eleições para suprimir o prévio conhecimento, porque, independentemente, do candidato saber previamente da ilicitude da conduta, ele será beneficiado pela extemporaneidade, devendo assim responder pecuniariamente por esse benefício.

Além disso, ainda deve ser majorado o limite máximo da multa, pois, atualmente, em tempos de campanhas milionárias, a imposição de uma multa de, no máximo, R\$ 25 mil (vinte e cinco mil reais), que o valor estabelecido no art. 36, § 3º da Lei n.º 9.504/1997, ao invés de servir como desestímulo, está auxiliando aqueles que possuem grande poder econômico e podem suportar essa imposição pecuniária, em detrimento da agregação de novos votos em virtude da antecipação da campanha eleitoral.

4 CONCLUSÃO

De acordo com o apresentado, comprovou-se que existem nítidas diferenças entre os diversos tipos de propagandas eleitorais, tendo cada uma delas importantes destinações e finalidades.

A propaganda partidária é realizada anualmente pelos partidos políticos, foi disciplinada pelos arts. 45 a 49 da Lei n.º 9.096/1995, regulamentada pela Resolução TSE n.º 20.034/1997, e caracteriza-se, principalmente, por dar visibilidade aos seus ideais e pontos de vista para os filiados, bem como buscar novos integrantes.

Por sua vez, a intrapartidária se configura quando as agremiações políticas e candidatos se utilizam para demonstrar suas intenções de candidaturas e destinam-se apenas aos filiados que participarão da convenção do partido, sendo vedada a publicidade geral aos eleitores, e foi regrada no art. 36, § 1º da Lei n.º 9.504/1997.

A seu turno, a propaganda eleitoral, estrito senso, ocorre somente nos anos eleitorais, após o dia 06 de julho, e buscam difundir os programas, ideias e projetos dos candidatos, a fim de conquistar os votos dos eleitores, e dessa maneira obter a investidura no cargo público-político almejado.

No entanto, caso essa propalação ao eleitorado ocorra antes da data mencionada anteriormente, evidenciará a propaganda extemporânea ou antecipada, podendo ser subdividida em subliminar ou explícita.

Analisaram-se, igualmente, quais são as principais sanções impostas, caso o propósito dessas promoções seja desviado, percebendo-se que a prioritária é a de aplicação de multa pecuniária. Contudo, ainda hoje, o valor máximo a ser aplicado é demasiado baixo, frente às campanhas milionárias dos candidatos, favorecendo, dessa forma, a ocorrência do ilícito.

Finalmente, selecionou-se um acórdão do Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Norte, que contivesse a maior quantidade de temas que foram abordados neste estudo, de forma que fosse identificado como os operadores do Direito lidam com os conceitos doutrinários e legais referentes às propagandas eleitorais.

Consequentemente, espera-se que a partir deste momento, os leitores possam conseguir identificar, claramente, os tipos de propaganda eleitoral, a correta aplicação dos principais princípios, ter uma noção geral acerca das punições por desvio de finalidade, bem como ter ideia da jurisprudência acerca do tema encontrada no TRE/RN.

5 REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965. Institui o Código Eleitoral. Brasília, DF, Diário Oficial da União, 30 de set. de 1965. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/14737.htm. Acesso em: 15 de mar. de 2014.

BRASIL. Lei nº 9.096, de 19 de setembro de 1995. Dispõe sobre partidos políticos, regulamenta os arts. 17 e 14, § 3º, inciso V, da Constituição Federal. Brasília, DF, Diário Oficial da União, 20 de set. de 1995. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19096.htm. Acesso em: 15 de mar. de 2014.

BRASIL. Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. Estabelece normas para as eleições. Brasília, DF, Diário Oficial da União, 1º de out. de 1997. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19504.htm. Acesso em: 15 de mar. de 2014.

BRASIL. Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Norte. **Reclamação nº 11-77.2014**. Relator: Des. João Rebouças. Acórdão de 23 de janeiro de 2014. Diário da Justiça Eletrônico de 27 de janeiro de 2014. Disponível em: <http://www.tre-rn.jus.br/servicos-judiciais/inteiro-teor-de-decisoes/inteiro-teor-de-decisoes-tre-rn>. Acesso em: 15 de mar. de 2014.

BRASIL. Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Norte. **Recurso Eleitoral nº 21596**. Relator: Des. Amílcar Maia. Acórdão de 20 de agosto de 2013. Diário da Justiça Eletrônico de 22 de agosto

GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

RAMAYANA, Marcos. **Direito Eleitoral**. 11. ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2010.

VIANNA, Fernando Maurício Pessoa Ramalho. **A propaganda eleitoral antecipada e suas especificidades**. Jus Navigandi, Teresina, ano 16, n. 2780, 10 fev. 2011. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/18464>>. Acesso em: 19 jun. 2014.