

# Revista Eletrônica EJE

Ano IV – Número 4 – Junho/Julho 2014

## ENTREVISTA

Nesta edição, a entrevista é com o Ministro João Otávio de Noronha, Diretor da Escola Judiciária Eleitoral do Tribunal Superior Eleitoral, sobre propaganda eleitoral nas eleições de 2014.

---

## REPORTAGEM

“Começa a propaganda eleitoral em todos os níveis para as eleições de outubro” é o título da reportagem produzida pela Assessoria de Imprensa e Comunicação Social do TSE.

---

## ARTIGOS

Nesta edição, os artigos discorrem sobre: sistemas eleitorais; propaganda política; democracia e representação política; aspectos relevantes em um ano de eleições gerais; e pluralidade de filiações partidárias. Confira.



# Propaganda política e suas espécies

*André Luiz Pavim\**

*"O Tribunal Superior Eleitoral, há muito, define como ato de propaganda eleitoral aquele que leva ao conhecimento geral."*



**D**e início, é importante anotar que a propaganda, de forma geral, conceitua-se como um meio empregado a fim de convencer e influenciar pessoas na tomada de decisões e escolhas. O termo advém do latim *propagare*, que significa propagar, tornar público, difundir. Quando isso ocorre com alguma ideologia política, podemos dizer que a propaganda é política.

---

\* Bacharel em Direito. Chefe de gabinete da Corregedoria do Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo.

Desse modo, propaganda política pode ser conceituada como toda ação destinada ao cidadão a fim de convencê-lo, seja acerca de determinada ideologia política, seja com o objetivo de angariar votos. A propaganda política é gênero do qual são espécies a propaganda partidária, a intrapartidária e a eleitoral. Tais espécies são geralmente confundidas, equívoco cometido até mesmo pelos operadores do Direito Eleitoral. Passemos, então, a conceituá-las.

A propaganda partidária está prevista nos arts. 45 e seguintes da Lei nº 9.096/1995 (Lei dos Partidos Políticos) e tem por finalidade a divulgação dos ideais, programas e propostas dos partidos políticos. Feita de forma genérica e exclusiva, não menciona nomes de pretensos candidatos, tampouco é vinculada a um pleito eleitoral específico. Visa, em verdade, à obtenção de novos simpatizantes e filiados às agremiações partidárias.

Essa espécie de propaganda é transmitida por meio das emissoras de rádio e televisão, no formato em rede ou

inserções (30 segundos ou 1 minuto), nos dois semestres dos anos não eleitorais e, tendo em vista a limitação contida no § 2º do art. 36 da Lei nº 9.504/1997, apenas no primeiro semestre dos anos em que são realizadas eleições.

A propaganda intrapartidária é aquela realizada por filiado de um partido político e dirigida aos seus demais integrantes visando convencê-los a indicar o seu nome para concorrer a um cargo eletivo em uma eleição futura. Em outras palavras, não é dirigida aos eleitores em geral, mas voltada apenas para os membros do partido político ao qual o interessado é filiado. Exercida de modo silencioso e sem auxílio da mídia (rádio, televisão e *outdoor*), somente pode ser realizada na quinzena anterior à escolha, pelo partido, dos candidatos que disputarão os cargos eletivos, ou seja, nos 15 dias anteriores à realização da convenção partidária. Para sua divulgação, além da mala direta aos filiados, permite-se a afixação de faixas e cartazes em local próximo da convenção, com mensagem direcionada aos convencionais. É importante ressaltar

que, tão logo seja realizada a convenção, as propagandas a ela destinadas deverão ser imediatamente retiradas.

A propaganda eleitoral conceitua-se como aquela voltada à população em geral com o intuito de propagar o nome e a candidatura de determinado postulante ao pleito. Tem a finalidade específica de convencer o eleitor de que este ou aquele candidato seria o melhor para ocupar o cargo em disputa.

O Tribunal Superior Eleitoral, há muito, define como ato de propaganda eleitoral aquele que leva ao conhecimento geral, ainda que de forma dissimulada, a candidatura (mesmo que apenas postulada), a ação política que se pretende desenvolver ou as razões que induzam a concluir que o beneficiário é o mais apto ao exercício de função pública (Acórdão nº 16.183, de 17.2.2000, rel. Min. Eduardo Alckmin).

Diferentemente do nosso ordenamento jurídico, em Portugal, a própria legislação define o que vem a ser propaganda

eleitoral, mais precisamente, no art. 51 da Lei Eleitoral, para presidente da República (Decreto-Lei nº 319-A/1976), nos seguintes termos:

Entende-se por propaganda eleitoral toda actividade que vise directamente promover candidaturas, seja actividade dos candidatos, dos subscritores das candidaturas ou de partidos políticos que apóiem as diversas candidaturas, nos termos do nº 2 do art. 45º, bem como a publicação de textos ou imagens que exprimam ou reproduzam o conteúdo dessa actividade.

Disciplinada nos arts. 36 a 57-I da Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições), essa espécie de propaganda somente pode ser veiculada após o dia 5 de julho do ano da eleição, conforme expressamente disposto no *caput* do art. 36. Tal disposição legal modificou uma praxe existente desde 1965, quando a propaganda era permitida tão logo fossem encerradas as convenções partidárias, independentemente de registro ou deferimento deste.

Toda propaganda eleitoral realizada antes daquela data é tida por extemporânea ou antecipada e sujeita tanto o responsável pela divulgação quanto o seu beneficiário, quando comprovado seu prévio conhecimento, ao pagamento de multa no valor de R\$5 mil a R\$25 mil, ou equivalente ao custo da propaganda se este foi maior (art. 36, § 3º, da Lei nº 9.504/1997). A propaganda fora de época “procura despertar o eleitor para a candidatura de alguém”<sup>1</sup>, mesmo que o suposto candidato ainda não tenha sido escolhido pela convenção partidária. Ela pode ser manifestada de forma implícita ou explícita.

A propaganda realizada de forma explícita não traz maiores dificuldades para ser identificada, pois, provavelmente, conterà o nome, o número e o partido do pretense candidato. Um exemplo clássico é a inscrição do nome de determinada pessoa em um muro. Se a inscrição contiver a legenda partidária e o cargo a que pretende concorrer, estará caracterizada a propaganda extemporânea explícita.

<sup>1</sup> COSTA, Adriano Soares da. *Instituições de Direito Eleitoral*. 5. ed. Belo Horizonte: DelRey, 2002, p. 739.

A propaganda realizada de forma implícita, por seu turno, é mais difícil de ser identificada, uma vez que não divulga de forma clara a candidatura do pretense candidato, “embora faça supor que ela ocorrerá”<sup>2</sup>. Essa propaganda utiliza-se de meios ardis para influenciar e tornar conhecida a futura candidatura do interessado, unindo, em sua maioria, a sua realidade particular com sua realidade política. Assim, quando o nome do interessado vem acompanhado de dizeres que atentam para suas qualidades ou futuras pretensões, e restando demonstrado seu cunho eleitoreiro, poderá ser enquadrado como propaganda eleitoral fora de época.

É entendimento dos tribunais eleitorais que, para caracterização da propaganda eleitoral antecipada, faz-se necessário que seu conteúdo mencione, mesmo que indiretamente, a candidatura, ou a ação política que se pretende desenvolver, ou as razões que induzam a concluir que o beneficiário é o mais apto ao exercício de função pública. Também pode ser enquadrado como propaganda antecipada o nome de futuro candidato conjugado

<sup>2</sup> Id. *ibid.*, p. 739.

com seu tradicional lema de campanha ou, ainda, quando menciona o cargo que ocupa e o partido político ao qual é filiado. Assim, sem as referidas características, o ato publicitário não passa de mera promoção pessoal.

Portanto, como vimos, tratando-se de gênero, a propaganda política pode ser desmembrada em três espécies, a saber, propaganda partidária, propaganda intrapartidária e propaganda eleitoral, as quais não devem ser confundidas.