

Propaganda Política

Maria Izabel Holanda Daibert¹

A propaganda eleitoral consiste na divulgação de ideias e opiniões, com o fito de captar a simpatia do eleitorado e obter-lhe o voto. Trata-se de espécie do gênero propaganda política, assim como são as propagandas intrapartidárias e partidárias.

Conforme a lição de Joel José Cândido:

“Propaganda Política é gênero; propaganda eleitoral, propaganda intrapartidária e propaganda partidária são espécies desse gênero. Propaganda Eleitoral ou Propaganda Política Eleitoral é uma forma de captação de votos usada pelos partidos políticos, coligações ou candidatos, em época determinada por lei, através da divulgação de suas propostas, visando à eleição de cargos eletivos” (em Direito Eleitoral Brasileiro, p. 149).

O objetivo da propaganda eleitoral, portanto, é angariar votos. Em regra, é permitida a partir de 06 de julho do ano da eleição até a véspera do pleito.

A propaganda intrapartidária, por sua vez, visa a captar os votos dos convencionais, a fim de que o postulante na convenção seja escolhido candidato do partido. Pode ocorrer na quinzena anterior à realização das convenções partidárias, que devem acontecer entre o dia 10 e 30 de junho do ano da eleição, não sendo consideradas as prévias partidárias como propaganda eleitoral antecipada (art. 36-A, III, da Lei n. 9.504/97).

¹ Juíza Titular da 156ª. Zona Eleitoral e da 6a. Vara Cível da Comarca de Nova Iguaçu.

A veiculação, contudo, encontra limitações no art. 36, §1º., da Lei n. 9.504/97, que veda o uso de rádio, televisão ou outdoor nessa espécie de propaganda. Outrossim, após as Convenções Partidárias, deve ocorrer a imediata retirada da propaganda, sob pena de restar caracterizada a propaganda eleitoral extemporânea, a teor do art.1º, § 2º., da Resolução n. 23.370/2011 do TSE.

A propaganda partidária tem o propósito de divulgar os ideais partidários, mensagens aos filiados sobre a execução do programa do partido e das suas atividades congressuais, não devendo ser utilizada como meio de propaganda eleitoral extemporânea. Essa modalidade de propaganda pode se dar a qualquer época, mas não será difundida no segundo semestre do ano da eleição, conforme estabelece o § 2º do art. 36 da Lei nº 9.504/97.

As instruções para a veiculação e o acesso gratuito ao rádio e à televisão pelos partidos políticos são estabelecidas pela Resolução n.20.034/97 do TSE .

Na hipótese de desvirtuamento da propaganda, estará o partido político sujeito a representação, na forma do art. 45, § 5º., da Lei n. 9.096/95, cuja legitimidade é concorrente entre os partidos e o Ministério Público, em defesa do regime democrático, e a competência será do TRE ou TSE a depender da origem da veiculação.

No âmbito da propaganda eleitoral, objeto principal deste estudo, além de limitação de ordem temporal, ante o disposto no art. 36, *caput*, da Lei nº 9.504/97, há limitações formais para sua veiculação. Por exemplo, veda-se, como regra, a propaganda eleitoral em bens públicos e em bens particulares de uso comum, tais como bares, restaurantes, cinemas etc.. Proíbe-se a utilização de *outdoor* (art. 39, § 8º., da Lei das Eleições), a confecção, utilização e distribuição de camisetas, chaveiros, bonés, canetas, brindes, cestas básicas ou quaisquer outros bens ou materiais que possam proporcionar vantagem ao eleitor (art. 39, § 6º.), showmício (art. 39, § 7º.) e a utilização de trios elétricos, exceto para sonorização de comícios (art. 39, § 10º).

Excepcionalmente, na hipótese de cantor candidato, há entendimento do TSE que permite a realização de show pelo candidato, desde que

não haja pedido de votos.

O art. 39-A do referido diploma legal permite, contudo, “no dia das eleições, a manifestação individual e silenciosa da preferência do eleitor por partido político, coligação ou candidato, revelada, exclusivamente, pelo uso de bandeiras, broches, dísticos e adesivos. Mas o parágrafo primeiro desse artigo “proíbe no dia do pleito, até o término do horário de votação, a aglomeração de pessoas portando vestuário padronizado, bem como os instrumentos de propaganda referidos no *caput*, de modo a caracterizar manifestação coletiva, com ou sem utilização de veículos”. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009).

Vale dizer que, para ser legítima a propaganda eleitoral, deve ocorrer apenas a partir do dia 6 de julho do ano da eleição, nas formas permitidas pela legislação eleitoral. Essas duas características devem concorrer impreterivelmente.

A propaganda eleitoral será irregular quando for veiculada antes do prazo estabelecido pela lei, hipótese em que será chamada de antecipada, ou, dentro do prazo legal, quando deixar de atender às prescrições legais no tocante à sua forma.

Isso significa que qualquer modalidade de propaganda eleitoral, quando feita antes do dia 6 de julho do ano da eleição, será considerada irregular, não importando se sua forma está autorizada pela legislação eleitoral.

A lei eleitoral estabelece o termo final para a propaganda eleitoral antecipada, qual seja, o dia 6 de julho do ano da eleição. Entretanto, não houve a fixação de data para o início da incidência de punição pela propaganda eleitoral antecipada.

A propaganda antecipada pode ser exemplificada pelas mensagens de congratulação não espontâneas, com conteúdo subliminar de captação de votos.

A percepção subliminar, vale dizer, é a capacidade do ser humano de captar de forma inconsciente mensagens ou estímulos fracos demais para provocar uma resposta consciente. Em suma, a prática retrata verdadeira arte de persuasão inconsciente do eleitor.

Também se revela a propaganda antecipada pela utilização de adesi-

vos em veículos, cuja massificação importa em propaganda irregular, assim como a divulgação de livro de pretense candidato em busdoor e, finalmente, o assistencialismo político através de centros sociais, cuja pretensão é de nítida obtenção de “dividendos” eleitorais.

A Resolução nº 23.370, de 13/12/2011, do Tribunal Superior Eleitoral, dispõe sobre a propaganda eleitoral e as condutas ilícitas em campanha eleitoral nas eleições de 2012.

Repetindo enunciados da Lei Federal nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, como acima exemplificado, o TSE fixou as condutas vedadas e os respectivos prazos, a serem observados no processo eleitoral, bem como as penalidades decorrentes de eventuais desvios cometidos por agentes públicos, por ação ou omissão.

As eleições de 2012 se realizarão no dia 07 de outubro, em primeiro turno, e no dia 28 de outubro, em segundo turno, onde houver.

Os registros dos candidatos podem ser feitos pelos partidos ou coligações até o dia 5 de julho de 2012. No dia seguinte, passa a ser permitida a realização de propaganda eleitoral, como comícios e propaganda na internet (desde que não paga), entre outras formas. Os registros dos candidatos podem ser impugnados até o dia 18 de julho, seja por adversários, partidos políticos, coligações ou pelo Ministério Público.

As convenções para escolha dos candidatos acontecem entre os dias 10 e 30 de junho. Nesse período, emissoras de rádio e TV estão proibidas de transmitir programas apresentados por candidato escolhido em convenção.

A propaganda eleitoral gratuita no rádio e na TV começa no dia 21 de agosto e se encerra no dia 4 de outubro, três dias antes da realização do pleito. Na mesma data se encerra o prazo para propaganda mediante reuniões públicas ou comícios, e também para realização de debates nas rádios e nas TVs.

No dia 05 de outubro acaba o prazo para divulgação de propaganda paga em jornal impresso e, no dia 06 de outubro, termina o prazo para propaganda mediante alto-falantes ou amplificadores de som, bem como para distribuição de material gráfico e promoção de carreatas.

Encerra-se assim o período de captação de votos, de forma regular,

sendo a prática de propaganda, no dia da eleição, classificada como crime eleitoral, a teor do art. 39, 5º., da Lei das Eleições. Referido dispositivo legal prevê a punição de detenção, de seis meses a um ano, com a alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo período, e multa no valor de cinco mil a quinze mil UFIRs, para quem, no dia das eleições, fizer uso de alto-falantes e amplificadores de som, ou promover comício ou carreatas, arremeter eleitor ou realizar propaganda de “boca de urna”, bem como divulgar qualquer espécie de propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos.

A propaganda política, dentro dos limites legais, constitui instrumento essencial à prática da democracia, pois dá início ao processo de exercício da cidadania, viabilizando ao cidadão, além do acesso à informação, um canal de comunicação com o governante, o que o transforma em efetivo ator político. Revela-se, assim, como fonte legitimadora do poder. ♦

REFERÊNCIAS

CÂNDIDO, Joel José. **Direito Eleitoral Brasileiro**. 11ª edição. 3ª tiragem. Bauru: Edipro, 2005.