

Direito Eleitoral - Temas Relevantes para as Eleições de 2012

Octavio Chagas de Araujo Teixeira¹

O objetivo da presente importa em apresentar, de forma sucinta, os relevantes aspectos e demais opiniões bem lançadas no seminário realizado na Escola da Magistratura sobre os temas concernentes ao Direito Eleitoral, especialmente quanto às eleições municipais que se aproximam.

As palestras foram conduzidas pelos, respectivamente, Presidente do Tribunal Regional Eleitoral, Desembargador LUIZ ZVEITER; Corregedor Eleitoral do TRE-RJ, Juiz Antonio Augusto de Toledo Gaspar; e Juiz Auxiliar da Presidência, Fábio Ribeiro Porto.

Inicialmente foi apresentada palestra da Diretora-Geral do Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Norte, Dra. LIGIA REGINA CARLOS LIMEIRA, com subsequente e escorreita exposição do Promotor de Justiça do Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro, Dr. RODRIGO MOLINARO ZACHARIAS, cuja exposição terá como norte a presente síntese, mormente o fato de eu estar designado e incumbido da fiscalização da propaganda eleitoral do município de Nova Iguaçu.

Ademais disso, foram abordados temas atuais, referentes à jurisprudência e à doutrina, pelos advogados JOSÉ EDUARDO RANGEL ALCKIMIN, o qual já integrou o Tribunal Superior Eleitoral, e pelo Dr. WALBER DE MOURA AGRA, advogado atuante, antecidos pelo Senhor Corregedor Eleitoral.

¹ Juiz de Direito Titular do Juizado de Violência Doméstica de Nova Iguaçu e Juiz em Exercício na 158ª Zona Eleitoral de Nova Iguaçu.

Alfim e ao cabo, palestrou o Juiz de Direito ARTHUR NARCISO DE OLIVEIRA NETO acerca do voto eletrônico, apresentando histórico do voto eletrônico com percuciência e elegância.

Desse modo e no diapasão supracitado, passo a abordar alguns dos aspectos da propaganda eleitoral, tema, repise-se, ínsito à minha judicatura eleitoral.

A propaganda política é o meio mais eficiente e democrático de divulgação das metas dos partidos políticos e dos próprios políticos. Sua finalidade está diretamente ligada ao Estado Democrático de Direito (artigo 1º da Carta Magna).

Caminhando, por meio da Resolução 792/2011 do TRE-RJ, foram designados os Juízos Eleitorais responsáveis pela fiscalização da propaganda eleitoral.

A propaganda eleitoral é gênero de que são espécies a propaganda intrapartidária, a propaganda partidária e a propaganda eleitoral estrito senso (ou propaganda eleitoral propriamente dita).

Disciplina a propaganda intrapartidária a Lei 9.504/97, em especial o artigo 36, § 1º, e o artigo 36-A, inciso III.

A propaganda partidária (ideário dos partidos políticos) vem regradada na Lei 9.096/95, artigos 45 a 49 e na Resolução Nº 20.034/97 do Tribunal Superior Eleitoral.

A propaganda eleitoral propriamente dita, permitida a partir do dia 06 de julho de 2012, é regradada pela Lei 9.504/97, artigos 36 a 57, igualmente pela resolução Nº 23.370/2011 do Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

Por último, temos a propaganda institucional ou de governo, na forma do § 1º do artigo 37 da Constituição Federal. Esse artigo trata, expressamente, do princípio da impessoalidade, verdadeira cláusula antidiscriminatória e assim unida ao elemento finalidade dos atos administrativos.

As prévias partidárias, consecutórias da propaganda intrapartidária, vêm relevadas no artigo 36-A, inciso III, da Lei 9.504/97 e nem sempre são adotadas pelos partidos políticos. Objetiva-se antever quem serão os candidatos ao pleito eleitoral. Tal prática não constitui propaganda eleitoral extemporânea.

Entre os dias 10 e 30 de junho, as convenções partidárias escolherão seus candidatos e coligações. A Resolução do TSE Nº 23.370/2011 indica o que é permitido durante a realização das convenções partidárias, inclusive com relação às faixas e aos cartazes em locais próximos ao evento, conceito este juridicamente indeterminado, sendo certo que aqui no Rio de Janeiro os partidos políticos acordaram ser razoável a distância de 200 (duzentos) metros.

Tal acordo, por evidente, não tem sentido em pequenas cidades do interior.

Caso não haja a retirada imediata, após a convenção das faixas e cartazes, será considerada propaganda eleitoral antecipada ou extemporânea.

A propaganda partidária (difusão dos ideários partidários) encontra-se regida pela lei dos partidos políticos (lei 9.096/95 ou lei partidária). Essa propaganda é gratuita para o partido político, entretanto há compensação fiscal às emissoras de televisão pela cessão do tempo. Ora, quem arca, em última análise, com o custo são todos os cidadãos.

O artigo 45, § 1º, da lei partidária supracitada contém vedações expressas. O difícil será identificar, diante dos 29 (vinte e nove) partidos políticos, o significado do ideário de cada partido político, sem caracterizar propaganda extemporânea, uma vez que vedada, em sede de propaganda partidária, uma série de atos políticos como, v.g., a propaganda de candidatos a cargos eletivos e a defesa de interesses pessoais e de outros partidos.

De ressaltar-se que o TSE já se pronunciou no sentido de não caber ao Judiciário imiscuir-se em questões referentes à propaganda partidária. Embora posição minoritária, o grande problema são os candidatos de fato, vez que ainda não houve registro de candidatos e, demais disso, a propaganda partidária é igualmente sustentada pela sociedade, sob pena de, queimar a largada da propaganda eleitoral propriamente dita.

A propaganda eleitoral, estrito senso, na forma do artigo 36, *caput*, da, Lei 9.504/97, tem início a partir do dia 06 de julho do ano eleitoral.

A supracitada lei aponta diversas vedações, tais como, o uso de outdoors, (artigo 39, § 8º), a realização de showmícios (artigo 39, § 7º) e a distribuição de brindes (artigo 39, § 6º). Quanto aos *outdoors*, entende-se

que é possível a utilização de placas e faixas em bens particulares limitadas a 4 (quatro) metros quadrados. Isso vale para balões, e está igualmente proibida a justaposição (ou mosaico) a fim de se obter um efeito visual acima dos 4 (quatro) metros quadrados permitidos.

Não são admitidas as práticas de doação de brindes, canetas. Não se trata, a toda evidência, de um único brinde, mas a totalidade, no caso concreto, de massificada distribuição.

Há que se perquirir quanto à real vantagem obtida.

Quanto aos showmícios, há inovação legal.

De outra volta, não pode a justiça eleitoral impedir o cantor de trabalhar, o locutor de prestar o seu serviço, porquanto em ambos os casos estamos diante de ato com natureza alimentar. Vedada é a prática de pedir votos durante o trabalho (no rádio e na televisão).

O showmício importa na participação de cantores (artistas de renome) a emprestarem seus nomes para determinado candidato. Mas isso não impede, remarque-se, o princípio da livre iniciativa. Poderá, pois, continuar a trabalhar o cantor candidato, dê-se que sem fazer menção a votos.

Fizem-me consulta, em minha comarca, acerca da possibilidade de um cantor (candidato a prefeito) fazer uso de “jingle” na campanha. Minha resposta: sim, desde que não seja o “jingle” usado durante o show (trabalho do profissional candidato).

O candidato cantor, de renome ou fama, é mais comum nas eleições proporcionais, ocasião de suma importância o alcance de enorme quantidade de votos com o objetivo de eleger o maior número possível de candidatos.

Importante mencionar a proibição de o candidato cantor utilizar-se de outdoors para divulgar seus shows. A utilização maciça, em princípio, seria abuso do poder econômico. Outrossim, o aumento incomensurável de shows em determinados locais.

Seria considerada propaganda eleitoral antecipada subliminar – e não explícita – a utilização de outdoors do tipo “feliz dias das mães”, “o senhor vos abençoe nesta Páscoa” etc. Afinal a espontaneidade é, no mínimo, duvidosa.

Em bens de uso comum (escolas, igrejas, shopping center) a propaganda eleitoral é vedada, pois viola o princípio da isonomia.

Não é possível que uma grande rede de “fast food” apoie determinado candidato com o emprego de guardanapos, banners etc.

É considerado crime eleitoral (artigo 40 de lei eleitoral – Lei 9.504/97), a utilização de logotipos de entidades da administração pública direta (autarquias, agências reguladoras) e indireta (sociedades de economia mista, empresas públicas). Assim, não é permitida a utilização do logotipo, por exemplo, da Caixa Econômica Federal, do Banco do Brasil, da Petrobrás. O “fulano da lotérica”, o brasão da polícia federal. É interdito.

Possível o emprego de bandeiras com os símbolos, logomarcas dos partidos políticos.

Vedada a utilização de símbolos de governo. A bandeira nacional é admitida. Idem se determinado candidato utiliza a bandeira de seu estado de origem.

Ponto interessante, antes da data permitida para a propaganda eleitoral, versa sobre a possibilidade ou não do emprego de adesivos, evidentemente, em veículos particulares. Em Nova Iguaçu, entendemos ser cabível a utilização em carros particulares, desde que não se fizesse menção à votação e de tamanho, razoável. Todavia, a análise deve ser feita de forma global e não individual, para impedir a massificação.

Caminhando, a boca de urna possui vedação expressa: artigo 39, § 5º, da Lei 9.504/97 em seus três incisos. O inciso III foi alterado a permitir que o eleitor possa manifestar, quando da votação, sua preferência, isto é, a manifestação silenciosa é permitida. Vedada a “catequização”. Não é possível, no entanto, a padronização do vestuário a gerar o impacto visual.

No que concerne ao assistencialismo político (albergues, centros sociais), o que é importante distinguir é o assistencialismo social – permitido, vez que a solidariedade é um valor constitucional – do assistencialismo político, este sim vedado, embora, às vezes, a providência para o seu fechamento possa parecer antipática para a população. Na verdade, a população não entende que ali está mantido um eterno ciclo vicioso: o estado não age e não se faz presente, e os políticos estimulam essa inação para perpetua-

rem-se no poder como benfeitores.

Termino a presente síntese talvez, creio eu, no diapasão do Senhor Presidente do TRE: devemos criar a cultura do respeito.

Nessa linha de raciocínio – um pouco de proatividade – obtive com 22 (vinte e dois) partidos políticos o compromisso, por escrito, de “não emporcalhar” Nova Iguaçu.

Anexo o compromisso assumido com os partidos políticos supracitados.

São essas as minhas breves considerações acerca do 1º Seminário de Direito Eleitoral. ◆