

1º Seminário de Direito Eleitoral

Bianca Paes Noto¹

INTRODUÇÃO

O Direito Eleitoral é um ramo de estudo do direito muito específico, mas que atinge toda a sociedade em suas consequências de aplicabilidade. Apesar de a legislação atinente à matéria ter reduzido o seu grau de modificação no decorrer dos últimos 20 anos, a sua interpretação é que passou a merecer mais destaque. Afinal, a Jurisprudência surge com a análise dos casos em concreto e isto, obviamente, somente se dá após a aplicação da norma. Assim, neste trabalho, nos atemos aos estudos das Leis nº 9.096/95 e 9.504/97, com as alterações trazidas pelas Leis nº 11.300/06 e nº 12.034/09, sem se olvidar das Resoluções do Tribunal Superior Eleitoral que disciplinam a matéria.

Neste contexto, considerando a abrangência do tema e a sua complexidade, este trabalho se dedicou a apenas alguns temas que já estamos enfrentando e vivenciando neste ano eleitoral como a propaganda intrapartidária, que exige análise criteriosa da sua utilização, sob pena de excessos e abusos por parte de quem a realiza, bem como a propaganda partidária que dará início no dia 06 de julho do corrente. Não se pretende, portanto, ignorar a existência das demais espécies de propaganda como a propaganda partidária ou mesmo institucional, que na verdade não deveria ser tomada como espécie do gênero propaganda política, na medida em que é obrigatória em razão de comando normativo constitucional. Ocorre que diante da abrangência do tema e das suas especificidades escolhemos aquelas espécies de propaganda de alta repercussão que exigem um enfrentamento diário pela justiça eleitoral.

¹ Juíza de Direito da 6ª Região Judiciária do Estado do Rio de Janeiro.

PROPAGANDA INTRAPARTIDÁRIA

Tecnicamente, até que ocorram os registros de candidatura, inexistem candidatos sob o aspecto formal. Na verdade, nesta fase, os chamamos de pré-candidato.

O prazo para a realização das convenções partidárias é demarcado pela Lei das Eleições em seu artigo 8º que ocorre entre os dias 10 e 30 de junho do ano eleitoral. Neste período se delibera sobre a celebração de coligações e sobre escolha de candidatos, cujos registros devem ser solicitados à justiça eleitoral até o dia 5 de julho do ano eleitoral.

Significa dizer, portanto, que a propaganda eleitoral só será admitida a partir do dia 6 de julho do ano eleitoral (art. 36, *caput* e Resolução TSE nº 23.370/11, art. 1º, *caput*). Atos de divulgação de candidatura antes deste período configura o que chamamos de propaganda antecipada ou extemporânea, sujeita a penalidade.

A propaganda intrapartidária é permitida ao postulante à candidatura com vistas à indicação de seu nome em convenção, e deve ser dirigida somente aos respectivos convencionais e não é destinada ao eleitorado. Assim, caso haja o uso indevido desta propaganda, direcionando-se aos eleitores, será considerada propaganda antecipada, e se sujeitará aos rigores do art. 36, § 3º da Lei de Eleições, reproduzido, também no artigo 1º, § 4º, da Resolução TSE nº 23.370/11.

Proibida está, também, a realização dessa propaganda por rádio, televisão e outdoor. O prazo para sua realização será apenas nos 15 dias que antecedem à convenção (prazo até 30 de junho). Após a convenção, todas as propagandas devem ser retiradas. (artigo 1º, § 1º e § 2º, da Resolução 23.370/11 e 36, *caput* e § 2º da Lei nº 9.504/97).

A distância para a colocação das propagandas em relação ao local indicado para a convenção pode ser estipulada pela justiça eleitoral, a depender das peculiaridades de cada município.

É importante registrar que, no tocante ao financiamento das convenções e prévias partidárias, os partidos podem utilizar verbas do fundo partidário para o pagamento dos gastos. A agremiação política também

pode receber doações de pessoas físicas ou jurídicas para financiar a propaganda intrapartidária, bem como para realizar suas prévias, todavia não poderá o postulante a candidatura receber estas doações, pois não há a condição formal de candidato.

PROPAGANDA ELEITORAL

A matéria é regida pela Lei nº 9.504/97 em seus artigos 36 a 57-I. Esta propaganda é destinada ao convencimento do eleitorado, a fim de angariar votos, seja pelo sistema majoritário, seja pelo proporcional.

A Lei das Eleições é secundada, também, por Resoluções editadas pelo Tribunal Superior Eleitoral. Para as eleições municipais deste ano, encontramos a Resolução TSE nº 23.370/2011 que versa sobre a matéria que enfrentaremos.

Só se admite a propaganda eleitoral no período entre o dia 6 de julho e o primeiro sábado de outubro do ano do pleito, já que as eleições sempre serão realizadas no primeiro domingo de outubro (art. 1º da LE). O artigo 37, § 9º, da LE prevê, portanto, que a propaganda até a véspera, somente se admitirá até 22 horas. Assim, a distribuição de material gráfico, caminhadas, carreatas e passeatas e a circulação de carros de som também devem cumprir o limite acima estipulado.

Por outro lado, a propaganda gratuita por meio de veiculação televisiva e por radiotelevisão, assim como os debates, cessam na antevéspera da eleição (CE art. 240, parágrafo único e LE, art. 47, *caput.*). O mesmo se aplica à propaganda na imprensa escrita (art. 43, da LE). Os comícios são, também, expressamente vedados desde 48 horas antes até 24 horas depois da eleição (CE, art. 240, parágrafo único e Resolução TSE nº 23.370/11, art 3º, *caput*). Manifestações ou carreatas que venham a transmudar-se em comícios também estarão acobertadas pelo período legal dos comícios.

A propaganda eleitoral pela internet, também, está proibida desde 48 horas antes até 24 horas depois da eleição.

No dia da eleição a lei tipifica criminalmente os atos de propaganda eleitoral na data do pleito, conforme art. 39, § 5º, da Lei nº 9.504/97 e art. 54 da Resolução TSE nº 23.370/11.

A propaganda extemporânea ou antecipada se sujeita a penalidade de multa conforme art. 36, § 3º, da LE e art. 1º, § 4º Resolução TSE nº 23.370/11, sem prejuízo de eventual responsabilização por abuso de poder político ou econômico e de outras sanções, como restauração do bem, retirada da propaganda, etc. A lei prevê que a multa pode variar no valor de R\$ 5.000,00 a R\$ 25.000,00, ou no equivalente ao custo da propaganda, o que for maior. Assim, no pedido da demanda deve ser requerida ao juízo a aplicação de multa no equivalente ao custo da propaganda.

Questão de grande enfrentamento para os operadores do direito consiste na fiscalização das propagandas quando aquelas ocorrem de forma antecipada, porém de forma subliminar. Esta propaganda antecipada viola a isonomia entre os candidatos, todavia é difícil de ser sancionada pela dificuldade de sua comprovação em juízo. Porém a jurisprudência entende que caracterizado o pedido de voto implícito é o suficiente para a imposição das penalidades legais. Por isso é necessário ficar atento aos detalhes veiculados na propaganda e os fins por ela colimados.

Dentre os princípios que norteiam a propaganda política encontramos os princípios da legalidade, da liberdade, da isonomia, veracidade, transparência e responsabilidade. A legislação que disciplina a matéria é de ordem pública e não pode ser derogada pelos interessados. A liberdade impera na criação da mensagem a ser divulgada, vedando-se a censura prévia. Ocorre que devem os princípios serem ponderados com foco no interesse social. A propaganda assegura a igualdade, ao menos formal, aos candidatos pela oportunidade a todos. As informações transmitidas aos eleitores devem se pautar na veracidade de suas informações, exigindo-se, por consequência, transparência na identificação dos partidos e coligações. A propaganda deve sempre indicar a legenda partidária e feita em língua nacional.

Candidatos e partidos são solidariamente responsáveis pela propaganda eleitoral, o que também alcança as coligações conforme jurisprudência reinante sobre o tema.

Diante do princípio da responsabilidade competem aos candidatos, aos partidos e às coligações a retirada de toda publicidade eleitoral até 30

dias depois do pleito com a restauração do bem em que tiver sido fixada (art. 88, *caput da* Resolução TSE nº 22.370/11).

A propaganda eleitoral antecipada ocorre independentemente da presença da qualidade de candidato, pedido de voto e cargo pretendido. Pode ser configurada por qualquer meio, até mesmo dissimulado, bem como independe do termo inicial previamente fixado, pois para sua configuração independe da distância temporal entre o ato impugnado e a data das eleições ou das convenções partidárias de escolha dos candidatos. Questões estas que têm sido levadas com certa frequência ao Judiciário e efetivamente reprimidas.

Por outro lado, o art. 36-A da LE prevê as hipóteses permitidas no período pré-eleitoral que não induzem a propaganda antecipada, todavia, a primeira hipótese do artigo é objeto de críticas doutrinárias pela amplitude da redação e a possibilidade de ensejar propaganda eleitoral antecipada de forma implícita.

Em caso de responsabilidade pela propaganda antecipada, se forem vários os agentes que realizaram a divulgação, todos serão solidariamente responsáveis. Mas a multa será individualizada. Significa dizer que a sanção será aplicada de forma autônoma e integral para cada um.

A matéria regente exige para caracterização da responsabilidade nesta espécie de propaganda irregular o prévio conhecimento, a ensejar responsabilidade subjetiva para proteger de atos eventualmente forjados por adversários políticos. Nesta trajetória, a jurisprudência oscilou em vários momentos quanto ao conceito exato de prévio conhecimento, chegando-se a exigir prova inequívoca do prévio conhecimento do beneficiário para fins de demandar até a meros indícios de notoriedade. O fato é que o prévio conhecimento deve ser analisado casuisticamente, até porque não se pode comparar eleições para presidente com eleições municipais em que propagandas são veiculadas na própria cidade e impossível se arguir desconhecimento pelo beneficiário. No entanto, o art. 40-B da LE, apoiado na Resolução TSE nº 23.370/11 em seu art. 74, § 1,º prevê solução para a hipótese ora ventilada. Com a mera intimação e omissão no prazo de 48 horas pelo candidato, a responsabilidade estará caracterizada.

Questão não menos frequente se refere a mensagens congratulatórias, festivas e de agradecimentos que normalmente são veiculadas em faixas, cartazes e outdoors no período que antecede as propagandas permitidas. O que se reflete é o caráter voluntário destas manifestações e o real interesse. Cuida-se de manifesta promoção pessoal a caracterizar propaganda eleitoral antecipada subliminar, pois flagrante é a ofensa a isonomia entre os candidatos. Ainda que tenha ocorrido antes do período eleitoral é possível a aplicação de multa ao candidato de fato, conforme atestam jurisprudências do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), pois flagrantes são as finalidades eleitoreiras da propaganda, uma vez que a veiculação de propaganda, no mínimo, guarda forte propósito de ter o seu nome lembrado. E ainda que não seja candidato de fato, não raro o que se tenta aferir é a sua aceitação junto ao eleitorado antes do lançamento de sua candidatura.

Quanto aos adesivos instalados em veículos de propriedade privada, não obstante haja forte entendimento sustentando que a disseminação de adesivos - e não a ostentação isolada - acarreta desequilíbrio eleitoral, atingindo a igualdade entre os candidatos e exercendo influência do poder econômico dos pleitos, o fato é que decisões do TSE tem se inclinado pela inexistência de configuração de propaganda antecipada caso eles não reúnam apelo explícito ou implícito de associação à eventual candidatura.

O artigo 242 do Código Eleitoral exige que a propaganda mencione a legenda partidária, não admitindo que seja realizada em língua estrangeira. Além das ações que podem ser demandadas, a justiça eleitoral, com esteio no poder de polícia, também, poderá adotar medidas para impedir ou fazer cessar a propaganda irregular. Complementam-se os impedimentos de propaganda, os ditames do artigo 243, *caput*, do Código Eleitoral e art. 13 da Resolução TSE nº 23.370/11.

Convém destacar que para a realização de comícios, uso de altofalantes ou amplificadores encontramos normatização específica nos art. 39, §§ 3º, 4º e 5º, I da LE e Resolução TSE nº 23.370/11, art. 9º, § 1º e 2º e art. 54, I. Os trios elétricos, também são proibidos, exceto para sonorização de comícios art. 39, § 10, LE.

Algumas das práticas proibidas como propaganda irregular, também acarretam outras sanções e por isso devemos estar atentos para cada caso. A realização de propaganda com compra de votos, além de ser propaganda irregular/vedada e, portanto se sujeitar as suas penalidades específicas, constitui crime eleitoral, de corrupção eleitoral, tipificado no art. 299 do CE, abuso do poder econômico que enseja cassação de registro ou do diploma e a decretação de inelegibilidade pelo período de oito anos, já de acordo com a Lei da Ficha Limpa, sem prejuízo de configurar captação ilícita de sufrágio, LE, art. 41-A, *caput*, punível com multa e cassação de registro ou diploma.

ANÁLISE DETALHADA DAS ESPECIFICIDADES DA REALIZAÇÃO DA PROPAGANDA EM NOSSO ORDENAMENTO JURÍDICO REGENTE

Distribuição de bens e brindes

O art. 39, § 6º da Lei das Eleições de forma não exaustiva proíbe a confecção, utilização por comitê, candidato, ou com a sua autorização, de camisetas, chaveiros, bonés, canetas, brindes, cestas básicas ou quaisquer outros bens ou materiais que possam proporcionar vantagem ao eleitor. Pouco importa o valor econômico que os produtos ostentam. A lei não transigiu o valor do objeto ou vantagem. Trata-se de qualquer bem que traduza vantagem para o leitor. É a preservação do princípio da isonomia, visando, também, impedir a influência do poder econômico.

Neste caso, o infrator poderá responder não só pelo emprego de propaganda vedada, mas também pela prática de captação ilícita de sufrágio (LE, art. 41-A, *caput*) e, se for o caso, pelo abuso de poder conforme LI, art. 22, nos termos da Resolução TSE nº 23.370/11 art. 9º, § 3º, como também gasto ilícito de recursos, sujeito a investigação judicial eleitoral, podendo acarretar a negação ou cassação do diploma ao candidato (art. 30-A, *caput* e §1º e 2º, da LE).

Showmícios

O que a lei permite é o comício que deve voltar-se para o discurso político e a discussão dos programas e propostas do governo. Já o showmí-

cio encontra-se vedado. A violação a tal regramento acarretará responsabilidade pelo uso de propaganda vedada (Resolução TSE nº 23.370/11, art. 9º, § 4º) Se for o caso, responderá, ainda, por abuso de poder econômico, conforme art. 22, LI. Pode configurar, também, gasto ilícito de recursos, passível de investigação judicial eleitoral, nos termos do art. 30-A, *caput* e § 1º e § 2º, da LE, podendo acarretar a negação ou cassação do diploma ao candidato. Tais penalidades ocorrerão ainda que as apresentações não sejam remuneradas.

O candidato que exerce a profissão de cantor pode permanecer exercendo sua função no período eleitoral, desde que não tenha como finalidade a animação de comício ou reunião eleitoral e que não haja alusão à candidatura, ainda que implicitamente.

Outdoors

O uso de outdoors está vedado pelo art. 39, § 8º da LE e pelo art. 17 da Resolução TSE nº 23.370/11. Em caso de uso, cabe a aplicação de multa aos partidos, coligações, à empresa responsável e aos candidatos, sem prejuízo da imediata retirada. Pode, também, configurar abuso de poder econômico, se a veiculação se der em grande escala (art. 22, LI).

Pelo regramento vigente, considera-se Outdoor engenhos publicitários que extrapolem o limite de 4m², pouco importando a exploração comercial.

Trios elétricos

Disciplinam a matéria os art. 39, § 4º e §10 da LE e art. 9º, § 2º da Resolução TSE nº 23.370/11 em que proíbem a utilização de trios elétricos, excepcionada a sonorização de comícios que deve ocorrer no período compreendido entre as 08h00min e as 00h00min. Ademais, pode ser usado como carro de som, difundindo mensagens do candidato e vinhetas. Se for usado para animar ou descontraír a platéia, estará sujeito às penalidades.

É importante registrar que já houve julgado entendendo que o uso do trio elétrico para divulgação de propaganda intrapartidária ultrapassou o limite do razoável caracterizando divulgação ostensiva do nome e do cargo eletivo, alcançando os eleitores em geral. Restou caracterizado no caso concreto o desvio de finalidade quanto à simples promoção de propaganda intrapartidária, denotando propaganda eleitoral antecipada.

Símbolos, frases ou imagens associados ou semelhantes aos órgãos de governo

A matéria encontra-se regida pelo art. 40 da LE, e não apenas veda a sua prática como tipifica a conduta criminalmente. Sua utilização acarreta a quebra do princípio da impessoalidade ante a confusão aos olhos do eleitorado.

Propaganda em bens públicos

O art. 37, *caput* da LE e Resolução TSE nº 23.370/11 em seu art. 10, *caput*, vedam a utilização de propagandas em bens de uso público. O seu desrespeito pode acarretar cassação do registro de candidatura ou do diploma. (art. 73, I, II e III c.c. Resolução TSE nº 23.370/11, art. 50, I, II e III.) Tal ocorre quando se utiliza de bens móveis e imóveis pertencentes ao poder público para fazer uso promocional em benefício de determinado candidato. Pela nova redação do art. 37, § 1º da LE a aplicação de multa deve ser imposta após a notificação para que no prazo de 48 horas possam remover e restaurar o bem. Não obstante discussões sobre o tema, inclusive no Tribunal Regional Eleitoral (TRE) deste Estado, tem sido este o entendimento defendido pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), todavia quanto aos bens particulares a jurisprudência não exige a prévia notificação para a imposição da multa.

O conceito de bens de uso público alcança não apenas aqueles definidos pelo Código Civil, como também aqueles em que a população em geral tem acesso, tais como cinemas, clubes, lojas, templos, ainda que seja

de propriedade particular. Este regramento é extraído do art. 37, § 4º da LE e Resolução Nº 23.370/11, em seu art. 10, § 2º.

A mesma disciplina se aplica para os bens cujo uso dependa de autorização, cessão ou permissão do Poder Público, evitando eventuais trocas de favores, acordos ou constrangimentos daqueles que atuam em nome do Estado na prestação de serviços públicos.

Importante registrar que a propaganda realizada em vans, táxis ou ônibus, também, encontra-se vedada pelo efeito multiplicador incomensurável.

Propaganda móvel

O artigo 37, §6º da LE passou a admitir esta modalidade de propaganda mediante cavaletes, bonecos e cartazes, desde que não dificultem o bom andamento do trânsito, não podendo ser fixos e devem compreender o horário das 06 horas às 22 horas (art.37, § 7º da LE e Resolução TSE 22.370/11, art. 10, § 4º).

Quanto aos bens particulares é livre a veiculação de propaganda eleitoral de forma espontânea e gratuita, desde que não ultrapasse a 4m².

Configura-se, também, propaganda eleitoral irregular a veiculação de duas placas expostas no mesmo local, as quais em conjunto, ultrapassam o limite de quatro metros quadrados, ainda que seja em bem particular.

De igual modo, a jurisprudência do TSE pacificou entendimento segundo o qual nos comitês de partidos, coligações e candidatos, as placas não poderão exceder os limites legais aplicáveis a bens particulares em geral (LE art. 32, § 2º).

Bens tombados

No que pertine aos bens tombados, tem se entendido que, não obstante sejam de propriedade particular, encontram-se em razão do tombamento, sob tutela do poder público, de forma que a propaganda neles não pode ser veiculada. Na verdade, trata-se de procedimento administrativo em que o Poder Público impõe restrições ao direito de propriedade e a ela deve o particular se submeter em detrimento ao interesse público.

Panfletos

A distribuição de panfletos, ou outros impressos é permitida, sendo vedada em bens pertencentes ao poder Público, nos de uso comum e naqueles cujo uso dependa de cessão ou permissão do Poder Público. Só se admite até as vésperas da eleição, art. 39, § 9º da LE e Resolução TSE nº 23.370/11, art. 9, § 6º. A boca de urna constitui crime eleitoral, art. 39, § 5º, II e III da LE e Resolução TSE nº 23.370/11, art. 54, II e III.

Comícios

Não precisam de autorização judicial para sua realização, todavia devem ser comunicados com antecedência mínima de 24 horas à autoridade policial (art. 39, § 9º da LE e Resolução 23.370/11 art. 8º, § 1º). Tem se entendido que compete, também, a sua comunicação aos juízes eleitorais que cientificarão o Ministério Público para que não haja monopólio do espaço por um único candidato. Não podem ser realizados desde 48 horas antes até 24 horas depois das eleições. Sendo assim, carreatas, passeatas e caminhadas serão autorizadas até as 22 horas vésperas do pleito, mas não podem transformar-se em comícios, pois será considerado crime (LE art. 39, § 5º, I e Resolução TSE 23.370/11, art. 54, I).

Alto-falantes

Até as vésperas é permitida a sua utilização e pode ocorrer das 8h às 22h, já os comícios podem ocorrer até meia-noite (art. 39, § 3º e § 4º da LE e Resolução do TSE em seu art. 9º, § 2º). Os carros de som podem trafegar, mas com limites do volume sonoro e restrições de distância inferior a duzentos metros das sedes do Poder Público, Tribunais, quartéis, hospitais, escolas, igrejas, etc, conforme LE art. 39, § 3º e Resolução TSE 23.370/11, art. 9º, § 1º. Observa-se que não existe previsão para multa para utilização indevida de alto-falante ou de carro de som, que acabam

sendo apreendidos. O seu uso no dia das eleições constitui crime (LE, art. 39, § 5º, I e Resolução TSE, art. 54, I).

Em resumo, carro de som pode ser visto até as 22h da véspera, mas se caracterizarem comícios estarão vedados desde 48 horas antes até 24 horas depois das eleições, mas não existem multas para este caso, também. Se a documentação estiver irregular as autoridades do trânsito adotarão as providências cabíveis.

Caminhadas e passeatas

São permitidas e independem de autorização judicial, mas isto não impede de aquelas serem avisadas aos órgãos competentes para estes tomarem as providências e permitirem a segurança do local. Podem ser realizadas até as 22 horas da véspera do pleito (LE, art. 39, § 9º e Resolução 23.370/11, art. 9º, § 6º). O seu uso no dia das eleições constitui crime. (LE, art. 39, § 5, I e Resolução TSE, art. 54, I).

Propaganda escrita

A veiculação de propaganda paga não é admitida, mas na imprensa escrita pode. Os veículos de comunicação não podem limitar-se, apenas, a criticar os opositores e apenas elogiar o candidato preferido, sob pena de caracterizar abuso do poder econômico e se sujeitar às sanções cabíveis.

Pela lei só se admite a propaganda eleitoral paga na imprensa escrita até a antevéspera das eleições, vedada também sua reprodução na internet, conforme art. 43, *caput*, e art. 3º parágrafo único da Resolução do TSE em comento. As restrições à forma de veiculação podem ser encontradas no referido art.43, *caput* da LE e Resolução nº 23.370 do TSE em seu art. 26, *caput*.

Segundo decisão do Supremo Tribunal Federal acerca da liberdade de imprensa, as informações, a despeito de se revelarem como matérias publicitárias, não poderão ridicularizar ostensivamente e de forma contumaz determinado candidato, sob pena de caracterizar prática lesiva ao princípio da isonomia que deve reinar entre os candidatos. A decisão da Suprema

Corte repudiou a censura prévia, mas não se olvidou de alertar que as emisoras devem atuar com responsabilidade e de forma equilibrada. Caso a matéria jornalística venha a descambar para propaganda política, passando a favorecer uma das partes da disputa política, estaremos diante de abusos e excessos que serão analisados casuisticamente.

As sanções aplicáveis estão disciplinadas no artigo 45, § 2º e parágrafo único do art. 55, ambos da LE.

É importante consignar que os excessos por indevida utilização de veículos ou meios de comunicação, também, em benefício a candidatos, podem ser objeto de ação de investigação judicial eleitoral, pois caracterizado estará o abuso do poder econômico e político.

Não enseja direito de resposta a crítica jornalística genérica e impessoal dirigida ao modo de atuação de um governante que resulte de interpretação legítima de fatos ocorridos à época da sua atuação ou simples comentário de notícias divulgadas na imprensa.

Internet

Embora não haja uma regulamentação detalhada neste campo, a Lei das Eleições prevê regras aplicáveis de utilização da internet, a partir do art. 54-A da referida lei. A propaganda eleitoral pela internet só é admitida a partir do dia 5 de julho do ano da eleição, sob pena de configurar propaganda antecipada, porém o termo final se amolda aos ditames do art. 57-B da referida lei.

As formas permitidas desta propaganda estão no art. 57-B da LE e art. 19, da Resolução TSE nº 23.370/11.

Não é permitida propaganda paga pela internet, tampouco em site de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos ou mesmo em sites oficiais ou por órgãos da Administração Pública Direta ou Indireta.

A jurisprudência, também, tem conferido aos prejudicados o direito de resposta quando há veiculação de ofensas e acusações inverídicas lançadas na rede.

Nos casos acima apontados só haverá responsabilidade do provedor do conteúdo se no prazo assinado pela Justiça Eleitoral, aquele não adotar providências para a cessação da divulgação ou mesmo comprovado o prévio conhecimento pelo provedor pela comunicação do próprio interessado.

CRIMES DE MENOR POTENCIAL OFENSIVO

Nesta matéria, cumpre registrar algumas peculiaridades do caso de forma sucinta.

Em se tratando de prática de crimes, no dia das eleições, conforme disciplinado no artigo 39, § 5ª da LE, estaremos diante de crimes de menor potencial ofensivo, cujas medidas despenalizadoras são perfeitamente aplicáveis. Assim, a atribuição para oferecer, se for o caso, a transação penal será do promotor eleitoral, com posterior homologação pelo juiz eleitoral, caso a aceitação ocorra. Se não houver o preenchimento dos requisitos objetivos e subjetivos para o benefício penal, será ajuizada ação penal, mediante o oferecimento da denúncia pelo promotor eleitoral à zona eleitoral.

MANIFESTAÇÃO SILENCIOSA DE PROPAGANDAS INDIRETAS

A manifestação individual e silenciosa no dia das eleições encontra guarida no art. 39-A, *caput*, da LE. A análise deve ser criteriosa e deve se pautar na razoabilidade para evitar abusos. Se configurar manifestação coletiva, esta conduta será reprimida.

Destaca-se, por oportuno, que não obstante parcela da doutrina admita além da responsabilidade penal a aplicação concomitante de multa em caso de boca de urna, por configurar propaganda extemporânea, os tribunais não têm admitido a responsabilidade penal cumulada da aplicação de multa.

ASSISTENCIALISMO POLÍTICO

A jurisprudência reinante sobre o tema tem se inclinado que o uso de entidades ditas filantrópicas por candidatos configura abuso de poder econômico, sendo possível a cassação do registro e do diploma.

PODER DE POLÍCIA

Pelo dispositivo legal inserto no art. 242, parágrafo único, do Código Eleitoral, verificou-se que caberá à Justiça Eleitoral adotar medidas para cessar a propaganda eleitoral ilegal. No entanto, para a imposição das sanções, o juízo competente deverá utilizar-se do devido processo legal, observando os princípios do contraditório e ampla defesa.

CONCLUSÃO

É com muito orgulho que nosso tribunal tem declinado importância a tal matéria, propiciando a disseminação do conhecimento eleitoral através de seminários e criando infraestrutura para a melhor aplicação do direito, pacificando os conflitos e prestando a efetiva tutela jurisdicional.

O trabalho apresentado respaldou-se sobre alguns tópicos relacionados ao tema em debate, ocasião em que foram destacados, em breve relato, preceitos básicos sobre a questão teórica acompanhados do entendimento sufragado na jurisprudência e questionamentos que vivenciamos e debatemos nas apresentações. O trabalho ora apresentado não teve a pretensão de esgotar o tema bastante extenso, conforme já mencionado, porém a matéria debatida neste curso enfocou as modificações introduzidas ao longo do tempo e foram de suma importância, na medida em que viabilizaram o debate, os questionamentos, as dúvidas e possíveis padronizações de entendimento para uniformizar os julgados no âmbito eleitoral.

Conclui-se, por fim, que não obstante a inexistência de uma legislação unificada sobre a matéria, a jurisprudência nos tem auxiliado para padronizações de entendimentos, todavia muito há para ser feito. A iniciativa do nosso tribunal na organização de seminários relevantes e esclarecedores sobre muitos dos temas delicados a que nos deparamos e vivenciamos, já representa um grande avanço e evolução no sistema, esperando-se que a discussão do tema pela doutrina e jurisprudência conduza à construção de uma prestação jurisdicional mais eficaz. ♦

BIBLIOGRAFIA

PEREIRA, Luiz Márcio e MOLINARO, Rodrigo. *Propaganda Política*. 1. Ed. Rio de Janeiro: Juruá Renovar, 2012.

Palestras ministradas no 1º seminário de Direito Eleitoral realizado nos dias 11/05/2012, 25/05/2012 e 02/07/2012.