

# Propaganda Eleitoral

**Eduardo Buzzinari Ribeiro de Sá<sup>1</sup>**

## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Propaganda, em termos genéricos, define-se como o conjunto de técnicas de divulgação de ideias, com caráter informativo e persuasivo, cujo objetivo consiste em influenciar a opinião pública. Por meio da propaganda, busca-se tornar as pessoas propensas a aceitar uma determinada ideia ou tomar uma decisão.

A propaganda eleitoral é a forma de difusão e divulgação da ideologia e dos programas dos candidatos e seus respectivos partidos políticos. Sua base legal resta contida nos artigos 240 a 256 do Código Eleitoral e artigos 36 a 58-A da Lei nº 9.504/1997.

Um dos princípios basilares do processo eleitoral é o que assegura tratamento isonômico entre os candidatos aos cargos públicos eletivos, evitando que o abuso do poder político e/ou econômico possa influenciar no resultado do pleito. Para atender a tal desiderato, fixou-se um momento único para que cada candidato possa dar início à divulgação de suas ideias e projetos de governo: a data de 6 de julho do ano da eleição, conforme previsto no art. 36 da Lei nº 9.504/1997.

## ESPÉCIES DE PROPAGANDA POLÍTICA

A propaganda política, segundo o Professor José Jairo Gomes, pode ser classificada como propaganda partidária, intrapartidária, eleitoral e institucional.

---

<sup>1</sup> Juiz de Direito do TJERJ.

A propaganda partidária consiste na divulgação da ideologia do partido político com o fim de captar novos filiados. Sua base legal é assegurada pelos artigos 45 a 49 da Lei Orgânica dos Partidos Políticos. Nessa modalidade de propaganda, não é permitida a participação de pessoas não filiadas, tampouco a divulgação de propaganda de candidatos.

A propaganda intrapartidária, a outro turno, consiste na divulgação das ideias dos pré-candidatos que possuem a intenção de disputar cargos eletivos para angariação de votos dos demais filiados na respectiva convenção partidária. Deve ser realizada de 10 a 30 de junho do ano eleitoral, sendo vedada a utilização de rádio, televisão, *outdoor* e *internet*. É permitida, por outro lado, a afixação de faixas e cartazes em local próprio da convenção, com mensagem aos convencionais.

A propaganda eleitoral, por sua vez, diz respeito às ações desenvolvidas pelos candidatos para obter a adesão dos eleitores às suas candidaturas e conquistar seus respectivos votos. Sua veiculação, como já mencionado, somente é permitida a partir do dia 6 de julho do ano da eleição.

A propaganda institucional, por fim, é aquela feita pelo Poder Público, com verbas próprias, destinada à prestação de contas de suas atividades perante a população de forma transparente, proba e fiel. Tem por finalidade precípua a divulgação das realizações da Administração e a orientação dos cidadãos sobre assuntos de seu interesse.

### PROPAGANDA ELEITORAL EXTEMPORÂNEA

Como já asseverado alhures, o art. 36 da Lei nº 9.504/1997 fixou um momento único para que cada candidato possa dar início à divulgação de suas ideias e projetos de governo: a data de 6 de julho do ano da eleição. Tal se deu para assegurar o tratamento isonômico entre os candidatos aos cargos públicos eletivos, evitando que o abuso do poder político e/ou econômico possa influenciar no resultado do pleito.

Caso algum candidato divulgue qualquer forma de propaganda antes dessa data, será a mesma caracterizada como extemporânea ou antecipada e, portanto, ilícita, por subverter o ideal de isonomia que deve

nortear o processo eletivo. Com efeito, a antecipação da propaganda cria desigualdade entre os candidatos na medida em que favorece o candidato que desrespeita as normas jurídicas e quase sempre serve de camuflagem para o abuso do poder econômico e/ou político.

Compete à Justiça Eleitoral coibir essa prática ilegal, por meio da aplicação das multas previstas na legislação específica. O procedimento é iniciado por representação ou reclamação oferecida pelo Ministério Público Eleitoral ou pelos partidos políticos prejudicados até a data da realização do pleito.

### **PROPAGANDA ELEITORAL CRIMINOSA**

Algumas das principais modalidades de propaganda eleitoral criminosa são a utilização de símbolos, frases e imagens de órgãos públicos, a corrupção eleitoral por captação ilícita de sufrágio e o crime de “boca de urna”.

A corrupção eleitoral é crime previsto no art. 299 do Código Eleitoral e consiste em dar, oferecer, prometer, solicitar ou receber, para si ou para outrem, dinheiro, dádiva, ou qualquer outra vantagem, para obter ou dar voto e para conseguir ou prometer abstenção, ainda que a oferta não seja aceita. A pena cominada para a prática é de reclusão até quatro anos e pagamento de cinco a quinze dias-multa. É de se observar que a mercantilização de votos rende ensejo à propositura da ação de captação ilícita de sufrágio prevista no art. 41-A da Lei nº 9.504/1997, cujas sanções são de multa e cassação do registro ou do diploma.

O crime de “boca de urna”, por sua vez, resta previsto no art. 39, §5º, III da Lei nº 9.504/1997 e consiste na divulgação de qualquer espécie de propaganda no dia da eleição. A punição cominada é 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 UFIR.

### **PROPAGANDA ELEITORAL COM ABUSO DO PODER ECONÔMICO E/OU POLÍTICO**

É o tipo de propaganda em que o candidato pessoalmente ou por meio de terceiros age de modo a desequilibrar a igualdade entre os participantes e extrapola os limites do financiamento privado das campanhas eleitorais. É importante destacar que basta ser a conduta potencialmente lesiva para desequilibrar o pleito. Não há necessidade de se constatar o aumento do número de votos nas urnas ou que o candidato favorecido tenha saído vitorioso. Não se exige, portanto, o resultado material do abuso para que haja punição.

A título de exemplo de condutas que criam desequilíbrio entre os candidatos, destacam-se aquelas dispostas nos artigos 24 e 73 da Lei nº 9.504/1997, tais como o apoio em verba de “caixa dois” de empresas concessionárias de serviço público, publicidade em larga escala de instituições religiosas, publicidade de clubes esportivos e organizações não governamentais que recebam recursos públicos, entre outras.

As sanções previstas são de cassação de registro, inelegibilidade e, na ação de impugnação ao mandato eletivo ou no recurso contra a diplomação, é cabível a cassação do diploma e a anulação do mandato eletivo.

### **PROPAGANDA ELEITORAL POR MEIO DA *INTERNET***

O assunto desperta as mais variadas polêmicas e constitui um grande desafio da atualidade para o Poder Judiciário. A Lei nº 12.034/2009 buscou disciplinar o tema, ao menos, em linhas gerais.

A propaganda virtual foi autorizada por meio de sítios criados pelo candidato ou partido político, por meio de mensagens eletrônicas enviadas a endereços previamente cadastrados, por meio de *blogs*, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e assemelhados, cujo conteúdo será de responsabilidade do candidato ou partido político. No tocante ao envio de mensagens eletrônicas, a lei vedou expressamente a venda de cadastros de endereços. Assim como vedou a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga (art. 57-A da Lei nº 9.504/1997).

Verifica-se que a lei não contemplou a restrição de “boca de urna”, no tocante à limitação de prazo de 48 horas antes e 24 horas depois das

eleições para a veiculação de propaganda pela *internet*. O assunto não encontra orientação unânime na doutrina. Existe a limitação, contudo, no que se refere à possibilidade de veiculação de propaganda em sítios de pessoas jurídicas ou em sítios oficiais de órgãos e entidades da Administração Pública direta ou indireta.

### OUTRAS FORMAS DE PROPAGANDA ELEITORAL

É permitida a colocação de bonecos, cavaletes, cartazes, mesas de distribuição de material de campanha e bandeiras ao longo das vias públicas, desde que móveis e não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos. A respectiva colocação e retirada deve se dar entre seis e vinte e duas horas.

Em bens particulares, a veiculação de propaganda não depende de licença ou autorização, desde que as faixas, cartazes ou pinturas não excedam a medida de 4m<sup>2</sup>, ficando vedado, evidentemente, qualquer tipo de pagamento em troca do espaço cedido para essa finalidade. A propaganda em bens particulares deve ser, portanto, gratuita e espontânea.

A distribuição de material gráfico, caminhada, passeata, carreatas ou carro de som é permitida até as vinte e duas horas do dia que antecede o pleito. A utilização de trios elétricos e a realização de *showmícios*, por sua vez, é proscrita pelo art. 39, § 10 da Lei nº 9.504/1997. Já a propaganda por meio da imprensa escrita se submete às restrições do art. 43 do mesmo diploma legal, havendo o limite de dez anúncios por veículo e do espaço de 1/8 de página de jornal e de 1/4 de página de revista ou tablóide.

Caracterizado o abuso do poder econômico, é cabível a representação do art. 22 da Lei de Inelegibilidades.

### CONSIDERAÇÃO FINAL

O Direito Eleitoral, na medida de sua dinamicidade, exige do operador do direito a aplicação da lei de modo a manter a unidade e coerência do processo eleitoral, interpretando as normas de acordo com os princípios

que lhe servem de fundamento. Isso porque, quando nos referimos a direitos políticos, o objeto do Direito se distancia da esfera particularizada do indivíduo para, expandindo seu campo de incidência, refletir-se em toda a coletividade. ♦