

PROPAGANDA POLÍTICA NAS ELEIÇÕES DE 2012

Jair Eduardo Santana()*

Mestre e Direito do Estado pela PUC/SP. Advogado, parecerista e professor. Presta consultoria e assessoramento técnico para entidades públicas e privadas. Conferencista e palestrante presente em todos os Estados brasileiros e no exterior, sempre tratando de temas ligados ao Direito Público e à Governança. Autor de diversos livros e artigos publicados em revistas especializadas. Atuou por 18 anos na magistratura estadual de Minas Gerais onde exerceu a judicatura eleitoral.

Fábio Luís Guimarães()*

Pós-graduado pela Escola de Governo da Fundação João Pinheiro. Procurador Municipal. Advogado.

(*) São autores do livro “Direito Eleitoral – Para Compreender a Dinâmica do Poder Político”, 4a ed., 2012, Editora Fórum, Belo Horizonte.

Conceito

A propaganda política contempla as espécies propaganda partidária, em que há uma tônica ideológica voltada para a doutrinação política, e propaganda eleitoral, destinada ao público em geral com a finalidade de conquistar o voto.

Calendário Eleitoral de 2012.

Segundo o Calendário Eleitoral das Eleições de 2012, a partir de 06 de julho, ocorrem os seguintes eventos:

1. Data a partir da qual será permitida a propaganda eleitoral (Lei nº 9.504/1997, art. 36, *caput*).
2. Data a partir da qual os candidatos, os partidos ou as coligações podem fazer funcionar, das 8 às 22 horas, alto-falantes ou amplificadores de som, nas suas sedes ou em veículos (Lei nº 9.504/1997, art. 39, § 3º).
3. Data a partir da qual os candidatos, os partidos políticos e as coligações poderão realizar comícios e utilizar aparelhagem de sonorização fixa, das 8 horas às 24 horas (Lei nº 9.504/1997, art. 39, § 4º).

Data a partir da qual será permitida a propaganda eleitoral na Internet, vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda paga (Lei nº 9.504/1997, art. 57-A e art. 57-C, *caput*).

Ou seja, desde julho/12 a denominada propaganda política pode se materializar. E, por ser assim, é preciso bem conhecer os temas principais correlatos.

Propaganda partidária

Foi regulamentada originariamente pela Lei nº 1.164/50 (art. 151), nosso terceiro Código Eleitoral, sendo revogado pelo Código Eleitoral de 1965 (arts. 240 a 256 e 322 a 337, estes quanto às figuras típicas), e as Leis nºs 6.091/74 (ainda em vigor), 6.339/76, 8.247/91, ambas revogadas pela Lei nº 9.096/95. Além destes diplomas normativos, a matéria constou também de leis de vigência para apenas uma eleição, como as Leis nºs 7.332/85, 7.493/86, 7.508/86, 7.664/88, 7.773/89, 8.214/91, 8.624/93, 8.713/93, 9.100/95 e a atual, Lei nº 9.504/97, que apenas proibiu sua veiculação no segundo semestre do ano eleitoral (art. 36, §2º).

A propaganda partidária é garantida a todos os partidos registrados no TSE, embora condicionada ao atendimento das condições do funcionamento parlamentar, aqui tratado no capítulo 13, sobre a cláusula de barreira; para os partidos que atendam a tais condições, será assegurada a realização de dois programas de vinte minutos, um de âmbito nacional, outro estadual, e a utilização de inserções num total de quarenta minutos por cada semestre; se não preenchidas as condições, será assegurada a realização de um programa em rede nacional de dois minutos.

A cassação da propaganda partidária será determinada pelo TSE se ocorrer alguma das seguintes hipóteses:

- a) participação de pessoa filiada a outro partido;

- b) defesa de interesses pessoais ou de outro partido;
- c) promoção de candidatos a cargo eletivo;
- d) divulgação de fatos de maneira distorcida ou falsa.

O ato de promoção de candidatos na propaganda partidária, ainda que não registrados, ensejará a diminuição do tempo do partido em seus futuros programas (Acórdão RP nº 423, de 19.12.2002, relatado pelo Ministro Sálvio de Figueiredo).

Propaganda intrapartidária

É aquela feita pelos “candidatos a candidato” junto aos seus correligionários, sempre visando à convenção. Restringe-se à quinzena anterior à data das convenções, sendo vedado o uso de rádio, televisão ou *outdoor* (art. 36, §1º, da Lei nº 9.504/97).

Propaganda eleitoral e promoção pessoal

Para o TSE,

Entende-se 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 razões que induzam a concluir que o beneficiário é o mais apto ao exercício de função pública. Sem tais características, poderá haver mera promoção pessoal, apta, em determinadas circunstâncias a configurar abuso de poder econômico, mas não propaganda eleitoral.

(Acórdão RESPE nº 16.183, de 17.02.2000, relatado pelo Ministro Eduardo Alckmin; no mesmo sentido o Acórdão RESPE nº 15.732, de 15.04.1999, do mesmo relator, e o Acórdão RESPE nº 16.426, de 28.11.2000, relatado pelo Ministro Fernando Neves)

Embora seja expressamente vedado o uso da máquina pública na propaganda, as práticas de veiculação do nome de titulares de cargo eletivo, sem a conotação eleitoral, não a caracteriza, mas sim a promoção pessoal (Resoluções nº 21.104, de 23.05.2002, relatado pela Ministra Ellen Gracie, e nº 21.039, de 21.03.2002, relatado pelo Ministro Fernando Neves; Acórdão AG nº 2.848, de 11.10.2001, relatado pelo Ministro Sepúlveda Pertence).

A promoção pessoal do titular de cargo eletivo também poderá ocorrer pela divulgação de mensagens comemorativas de datas (dia da mulher, dia das mães, por exemplo), sem o cunho eleitoral, sem o pedido de voto. Neste caso, a punição decorrerá de eventual abuso (Acórdãos RESPE nº 16.426, de 28.11.2000, relatado pelo Ministro Fernando Neves, RESPE nº 15.318, de 03.12.1998, relatado pelo Ministro Eduardo Alckmin; AG nº 1.704, de 20.05.1999, relatado pelo Ministro

Eduardo Ribeiro, RESPE nº 16.183, de 17.02.2000, relatado pelo Ministro Eduardo Alckmin, Resolução nº 21.104, de 23.05.2002, relatado pela Ministra Ellen Gracie).

Período

Segundo o art. 36, *caput*, da Lei nº 9.504/97, que revogou o art. 240 do Código Eleitoral, a propaganda eleitoral terá início no dia 5 de julho do ano eleitoral, para se encerrar com o término da votação, época em que os partidos e coligações terão prioridade postal para a remessa de material de propaganda de seus candidatos (art. 239 do Código Eleitoral e art. 36, *caput*, da Lei nº 9.504/97).

A Lei nº 12.034/09 definiu a propaganda eleitoral antecipada, com o acréscimo do art. 36-A na Lei nº 9.504/97. Segundo este dispositivo, *não* se considera propaganda antecipada:

- a participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, desde que não haja pedido de votos, observado pelas emissoras de rádio e de televisão o dever de conferir tratamento isonômico;
- a realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, planos de governos ou alianças partidárias visando às eleições;
- a realização de prévias partidárias e sua divulgação pelos instrumentos de comunicação intrapartidária;
- a divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se mencione a possível candidatura, ou se faça pedido de votos ou de apoio eleitoral.

Há, no entanto, um interstício em que a propaganda deve ser restringida, que se inicia quarenta e oito horas antes e se estende até vinte e quatro horas após a eleição (art. 240, parágrafo único, do Código Eleitoral). Neste ínterim, fica vedada a propaganda feita através de radiodifusão, televisão, comícios ou reuniões públicas de qualquer natureza, com exceção feita, na forma da Lei nº 12.034/09, até às vinte e duas horas do dia que antecede a eleição, a distribuição de material gráfico, a realização de caminhada, carreata, passeata e a circulação de carro de som, divulgando jingles ou mensagens de candidatos.

Admite-se, até a antevéspera das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 10 (dez) anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada candidato, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide, devendo constar do anúncio, de forma visível, o valor pago pela inserção.

Meios de divulgação

A propaganda eleitoral desempenha-se licitamente através de diversos meios de divulgação (cartazes, faixas, estandartes, bandeiras, pinturas em muros e fachadas, comícios, carreatas, confraternizações, rádio, televisão, sítios e mensagens eletrônicas, imprensa escrita, folhetos diversos etc.), tendo sido minuciosamente regulamentado na Lei nº 9.504/97 o uso eleitoral da imprensa escrita, do rádio e da televisão. Com a Lei nº 11.300/06, banuiu-se o *outdoor* e a possibilidade de realização de showmícios, restringiu-se o uso de materiais em propaganda eleitoral e se tratou pormenorizadamente a boca de urna. Com a Lei nº 12.034/09, além da incorporação em seu texto de algumas definições advindas da jurisprudência, enfatizou-se a regulação da internet como meio de propaganda eleitoral.

Quanto aos locais de fixação de propaganda eleitoral, se forem os bens públicos de uso comum ou dependerem de cessão ou permissão do Poder Público, compreendia-se vedada a veiculação de propaganda, exceto pela fixação de placas, estandartes, faixas e assemelhados nos postes de iluminação pública, viadutos, passarelas e pontes, desde que não prejudique sua utilidade (já se firmou o entendimento jurisprudencial de que é proibida a colocação de propaganda eleitoral em árvores e jardins – Acórdão RESPE nº 15.809 do TSE).

Com a Lei nº 11.300/06, os bens públicos em geral não podem ter veiculada qualquer forma de propaganda eleitoral, especialmente por meio de pichação, inscrição a tinta, fixação de placas, estandartes, faixas e assemelhados, sob pena de multa e restauração do bem (considerava-se, com a lei de 2006, uma lista de bens públicos, exemplificativa, incluindo postes de iluminação pública e sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus e outros equipamentos urbanos. Já na lei de 2009, valeu-se do conceito do Código Civil e também aqueles a que a população em geral tem acesso, tais como cinemas, clubes, lojas, centros comerciais, templos, ginásios, estádios, ainda que de propriedade privada). Nas

árvores e nos jardins localizados em áreas públicas, bem como em muros, cercas e tapumes divisórios, não é permitida a colocação de propaganda eleitoral de qualquer natureza, mesmo que não lhes cause dano.

Excepcionou-se a vedação à propaganda com a colocação de cavaletes, bonecos, cartazes, mesas para distribuição de material de campanha e bandeiras ao longo das vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos (Lei nº 12.034/09, que ainda definiu esta mobilidade com a colocação e a retirada desta propaganda entre seis e vinte e quatro horas, confira-se, no mesmo sentido, a Súmula nº 27 do TRE-MG).

A propaganda eleitoral ficou livre para ser feita em bens particulares, independe de obtenção de licença municipal ou de autorização da Justiça Eleitoral, desde que espontânea e gratuita e respeitado, no caso de placas, ao limite de quatro metros quadrados e que não contrariem a legislação eleitoral (veja-se, a respeito, o Acórdão RESPE nº 21.241, de 28.08.2003, relatado pelo Ministro Peçanha Martins, e Súmula nº 22 do TRE-MG).

É de se observar que mesmo se o bem particular não for de uso comum, as regras sobre seu uso devem ser observadas. É o caso de placas e *outdoors* fixados em dimensão superior ao limite legal (Resolução nº 21.141, de 27.06.2002, relatada pelo Ministro Sálvio de Figueiredo).

Esta regra vale também para a divulgação de propaganda eleitoral em bens semoventes (no caso de táxis, ônibus e demais meios de transporte coletivo, é vedada a fixação de propaganda eleitoral – Resolução nº 13.062, de 10.09.1986, relatada pelo Ministro Aldir Passarinho; sobre caminhões de lixo, Acórdão EDRESPE nº 21.436, de 07.12.2004, relatado pelo Ministro Caputo Bastos, e Acórdão RESPE nº 21.436, de 18.05.2004, relatado pelo Ministro Fernando Neves).

A instalação de comitê eleitoral não consiste em ato de propaganda:

A instalação e até o funcionamento de comitê eleitoral, por si só não se constitui em ato de propaganda eleitoral, proibida antes do dia 5 de julho pela Lei nº 9.504. Trata-se, a meu sentir, de ato preparatório da campanha, não incluído na vedação do art. 36 da citada lei.

(Acórdão nº 51, de 06.08.1998, relatado pelo Ministro Fernando Neves)

Materiais de propaganda eleitoral

As inovações trazidas pela Lei nº 11.300/06 à propaganda eleitoral foram impactantes. Buscando simplificar (e baratear) as campanhas, a nova lei simplesmente proibiu a confecção, utilização, distribuição, por comitê, candidato ou com a sua autorização, de camisetas, chaveiros, bonés, canetas, brindes, cestas básicas ou quaisquer outros bens ou materiais que pudessem proporcionar vantagem ao eleitor (neste sentido, a Lei nº 12.034/09 passou a exigir que todo material impresso de campanha contenha o número de inscrição junto à Receita Federal de quem o tenha confeccionado, bem como de quem a contratou, e a respectiva tiragem).

Deve-se anotar que a divulgação de material de propaganda lícito, mas no dia da eleição, constitui crime de boca de urna, considerado de mera conduta (RHC nº 45, de 13.05.2003, relatado pelo Ministro Carlos Velloso).

Propaganda “casada”

Denomina-se propaganda casada aquela feita entre candidatos às eleições proporcionais conjuntamente à de candidatos majoritários.

A Lei nº 9.504/97 referiu-se expressamente a este tipo de propaganda, estabelecendo as circunstâncias pelas quais um candidato pode associar seu “pedido de voto” ao de outro candidato. No caso de eleições a cargos majoritários, em seu art. 36, §4º, conforme a redação dada pela Lei nº 11.300/06, estabeleceu-se a obrigatoriedade de os nomes dos candidatos a vice ou a suplentes de Senador constarem da propaganda de seus respectivos candidatos majoritários, de modo claro e legível, em tamanho não inferior a 10% (dez por cento) do nome do titular.

Se a propaganda eleitoral for feita em conjunto, por meio de material impresso, exige-se que sua despesa conste da prestação de contas de quem os tenha pago (art. 38, §2º, da Lei nº 9.505/97, conforme redação dada pela Lei nº 12.034/09).

Eventos de campanha eleitoral

A realização de ato ou evento de propaganda em recinto aberto exige apenas a comunicação à autoridade policial com pelo menos vinte e quatro horas de antecedência, a fim de que seja garantido o funcionamento do tráfego e o direito do requerente de promover o ato ou evento segundo a prioridade de avisos (art. 39, §§1º e 2º, da Lei nº 9.504/97). Com a Lei nº 11.300/06, a realização de comícios e a utilização de aparelhagem de sonorização fixa são permitidas no horário compreendido entre as 8 (oito) e as 24 (vinte e quatro) horas, sendo, contudo, vedada

na Lei nº 12.034/09, a utilização de trios elétricos em campanhas eleitorais, salvo para a sonorização de comícios.

Fica vedado o uso de amplificadores de som entre as vinte e duas e as oito horas e em distância inferior a duzentos metros das sedes dos Poderes Executivo e Legislativo da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, das sedes dos tribunais e dos estabelecimentos militares; dos hospitais e casas de saúde; das escolas, bibliotecas públicas, igrejas e teatros, quando em funcionamento.

Com a Lei nº 11.300/06, vedou-se também a realização de *showmício* e de evento assemelhado para promoção de candidatos, bem como a apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício e reunião eleitoral.

Outdoor

A Lei nº 11.300/06 proibiu a propaganda eleitoral mediante *outdoors*, sujeitando-se a empresa responsável, os partidos, coligações e candidatos à imediata retirada da propaganda irregular e ao pagamento de multa.

Imprensa escrita

À propaganda eleitoral na imprensa escrita foi atribuída a fixação de tamanhos máximos (um quarto de página para tabloide e um oitavo para jornal padrão), o período de veiculação (do dia 5 de julho do ano eleitoral até a antevéspera do dia da votação) e a quantidade por candidato e por veículo, no máximo de dez anúncios (Lei nº 12.034/09).

A propósito da abrangência destes parâmetros,

A jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral orienta-se no sentido de que a sanção prevista no art. 43, parágrafo único, da Lei nº 9.504/97 só é aplicável tratando-se de propaganda paga. Ressalva do ponto de vista do relator.

(Acórdãos AG nº 2.065, de 29.02.2000, relatado pelo Ministro Eduardo Ribeiro; RESPE nº 12.523, de 25.03.97 e RESPE nº 15.752, de 29.04.99, ambos relatados pelo Ministro Eduardo Alckmin; nº AG 2.071, de 09.03.2000, relatado pelo Ministro Edson Vidigal; AG nº 1.747, relatado pelo Ministro Nelson Jobim; e AG nº 1.749, relatado pelo Ministro Costa Porto)

A veiculação de propaganda eleitoral na imprensa escrita, contrariamente ao disposto em lei, será punida com multa, aplicável ao responsável pelo meio de comunicação que promoveu a propaganda e ao partido, coligação ou candidato beneficiado, independentemente de seu prévio conhecimento (Acórdão RESPE nº

15.890, de 23.05.2000, relatado pelo Ministro Eduardo Alckmin), sem prejuízo, se caracterizado o abuso ou uso indevido, da propositura da AIJE:

Investigação judicial. Imprensa escrita. Jornal. Criação. Proximidade. Eleição. Distribuição gratuita. Notícias. Fotos e matérias. Favorecimento. Candidato. Uso indevido dos meios de comunicação social. Tiragem expressiva. Abuso do poder econômico. Lei Complementar nº 64.90. 1. Jornal de tiragem expressiva, distribuído gratuitamente, que em suas edições enaltece apenas um candidato, dá-lhe oportunidade para divulgar suas idéias e, principalmente, para exibir o apoio político que detém de outras lideranças estaduais e nacionais, mostra potencial para desequilibrar a disputa eleitoral, caracterizando uso indevido dos meios de comunicação e abuso do poder econômico, nos termos do art. 22 da Lei Complementar nº 64.90.

(Acórdão RO nº 688, de 15.04.2004, relatado pelo Ministro Fernando Neves)

Rádio e televisão

A propaganda eleitoral no rádio e na televisão (entendendo-se aqui as emissoras que operam em VHF, UHF e os canais por assinatura sob a responsabilidade do Senado Federal, da Câmara dos Deputados, das Assembleias Legislativas, da Câmara Legislativa do Distrito Federal ou das Câmaras de Vereadores – art. 57) será gratuita, tal como já decidido pelo STF em vista da Lei nº 8.713/93 (ADIN nº 956-7).

A compensação fiscal, reconhecida às emissoras de rádio e televisão pela Lei nº 9.096/95 (art. 52, parágrafo único), pela cedência do horário eleitoral gratuito, foi estendida pela Lei nº 12.034/09 aos horários em que se faça a veiculação de propaganda gratuita de plebiscitos e referendos.

Deverá ser feita nos quarenta e cinco dias anteriores à antevéspera das eleições e será restrita aos seguintes horários gratuitos, vedada a propaganda paga (arts. 44 e 47 da Lei nº 9.504/97, conforme redação dada pela Lei nº 12.034/09):

1. Na eleição para Presidente da República às terças e quintas-feiras e aos sábados:
 - a) das sete horas às sete horas e vinte e cinco minutos e das doze horas às doze horas e vinte e cinco minutos, no rádio;
 - b) das treze horas às treze horas e vinte e cinco minutos e das vinte horas e trinta minutos às vinte horas e cinquenta e cinco minutos, na televisão;
2. Na eleição para Senador, às segundas, quartas e sextas-feiras:
 - a) das sete horas e quarenta minutos às sete horas e cinquenta minutos e das doze horas e quarenta minutos às doze horas e cinquenta minutos, no

rádio, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por 1/3 (um terço);

b) das treze horas e quarenta minutos às treze horas e cinquenta minutos e das vinte e uma horas e dez minutos às vinte e uma horas e vinte minutos, na televisão, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por 1/3 (um terço);

c) das sete horas e trinta e cinco minutos às sete horas e cinquenta minutos e das doze horas e trinta e cinco minutos às doze horas e cinquenta minutos, no rádio, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por 2/3 (dois terços);

d) das treze horas e trinta e cinco minutos às treze horas e cinquenta minutos e das vinte e uma horas e cinco minutos às vinte e uma horas e vinte minutos, na televisão, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por 2/3 (dois terços);

3. Nas eleições para Deputado Federal, às terças e quintas-feiras e aos sábados:

a) das sete horas e vinte e cinco minutos às sete horas e cinquenta minutos e das doze horas e vinte e cinco minutos às doze horas e cinquenta minutos, no rádio;

b) das treze horas e vinte e cinco minutos às treze horas e cinquenta minutos e das vinte horas e cinquenta minutos às vinte e uma horas e vinte minutos, na televisão;

4. Nas eleições para Governador de Estado e do Distrito Federal, às segundas, quartas e sextas-feiras:

a) das sete horas às sete horas e vinte minutos e das doze horas às doze horas e vinte minutos, no rádio, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por 1/3 (um terço);

b) das treze horas às treze horas e vinte minutos e das vinte horas e trinta minutos às vinte horas e cinquenta minutos, na televisão, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por 1/3 (um terço);

c) das sete horas às sete horas e dezoito minutos e das doze horas às doze horas e dezoito minutos, no rádio, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por 2/3 (dois terços);

- d) das treze horas às treze horas e dezoito minutos e das vinte horas e trinta minutos às vinte horas e quarenta e oito minutos, na televisão, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por 2/3 (dois terços);
5. Nas eleições para Deputado Estadual e Deputado Distrital, às segundas, quartas e sextas-feiras:
- a) das sete horas e vinte minutos às sete horas e quarenta minutos e das doze horas e vinte minutos às doze horas e quarenta minutos, no rádio, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por 1/3 (um terço);
 - b) das treze horas e vinte minutos às treze horas e quarenta minutos e das vinte horas e cinquenta minutos às vinte e uma horas e dez minutos, na televisão, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por 1/3 (um terço);
 - c) das sete horas e dezoito minutos às sete horas e trinta e cinco minutos e das doze horas e dezoito minutos às doze horas e trinta e cinco minutos, no rádio, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por 2/3 (dois terços);
 - d) das treze horas e dezoito minutos às treze horas e trinta e cinco minutos e das vinte horas e quarenta e oito minutos às vinte e uma horas e cinco minutos, na televisão, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por 2/3 (dois terços);
6. Nas eleições para Prefeito e Vice-Prefeito, às segundas, quartas e sextas-feiras:
- a) das sete horas às sete horas e trinta minutos e das doze horas às doze horas e trinta minutos, no rádio;
 - b) das treze horas às treze horas e trinta minutos e das vinte horas e trinta minutos às vinte e uma horas, na televisão;
7. Nas eleições para Vereador, às terças e quintas-feiras e aos sábados:
- a) das sete horas às sete horas e trinta minutos e das doze horas às doze horas e trinta minutos, no rádio;
 - b) das treze horas às treze horas e trinta minutos e das vinte horas e trinta minutos às vinte e uma horas, na televisão.

Se for necessária a realização de segundo turno, as emissoras de rádio e televisão reservarão aos candidatos dois períodos diários de vinte minutos, iniciando-

se às sete e às doze horas, no rádio, e às treze e às vinte horas e trinta minutos, na televisão, a partir de quarenta e oito horas após a proclamação dos resultados do primeiro turno até a antevéspera da eleição (art. 49 da Lei nº 9.504/97).

A ordem de apresentação dos candidatos no primeiro dia do horário eleitoral gratuito será obtida mediante sorteio da Justiça Eleitoral, sendo a primeira a ser exibida no dia seguinte à última propaganda veiculada na véspera e assim sucessivamente (art. 50).

Além destes horários, os partidos terão direito a inserções diárias, distribuídas conforme plano de mídia elaborado com os representantes das emissoras a partir de 8 de julho (art. 52), obedecidos os critérios seguintes (art. 51):

1. O tempo será dividido em partes iguais para a utilização nas campanhas dos candidatos às eleições majoritárias e proporcionais, bem como de suas legendas partidárias ou das que componham a coligação, quando for o caso;
2. O tempo será atribuído exclusivamente para a campanha de Prefeitos e seus Vices, em sendo o pleito municipal;
3. A distribuição relevará os blocos de audiência entre as oito e as doze horas, as doze e as dezoito horas, as dezoito e as vinte e uma horas, as vinte e uma e as vinte e quatro horas;
4. É vedado o uso de gravações externas, montagens ou trucagens, computação gráfica, desenhos animados e efeitos especiais e a veiculação de mensagens que possam degradar ou ridicularizar candidato, partido ou coligação.

Os partidos ou coligações apresentarão às emissoras fitas em meio magnético com a gravação de seu programa eleitoral e a respectiva claquete com os mapas de mídia até as 14 horas da véspera de sua divulgação ou até as 14 horas da sexta-feira imediatamente anterior aos sábados, domingos e segundas-feiras:

1. Nome do partido ou da coligação;
2. Título ou número do filme a ser veiculado;
3. Duração do filme;
4. Dias e faixas de veiculação;
5. Nome e assinatura de pessoa credenciada pelos partidos políticos ou pelas coligações para a entrega.

As emissoras de até um quilowatt deverão preservar tais fitas por até vinte dias; para outras emissoras, por trinta.

A participação de qualquer cidadão nos programas de rádio e televisão de partido ou coligação é livre, desde que não remunerada e que o participante não seja filiado a outro partido (art. 54).

Para distribuir o tempo dos horários gratuitos entre os partidos ou coligações serão utilizados dois critérios:

1. Um terço do horário total, igualmente entre eles;
2. Dois terços, proporcionalmente ao número de representantes do partido ou da coligação na Câmara dos Deputados, considerando a representação na data de início da legislatura em curso — sendo que o número total de Deputados é de quinhentos e vinte e três (art. 47, §§2º e 3º, da Lei nº 9.504/97).

Se o partido tiver tempo menor que trinta segundos, poderá deixar acumulá-lo para uso em tempo equivalente (§6º do art. 47).

No caso das eleições em Municípios em que não haja emissora de televisão ou de rádio, os órgãos de direção regional da maioria dos partidos concorrentes do pleito poderão requerer à Justiça Eleitoral que determine às emissoras que os atinja que reserve dez por cento do tempo destinado à propaganda eleitoral gratuita para os candidatos desses Municípios, sendo feita a divisão do tempo pela Justiça Eleitoral (art. 48 da Lei nº 9.504/97).

Internet

O uso da internet foi disciplinado pelo TSE na Resolução nº 21.610/2004, para permitir a veiculação de propaganda eleitoral pelos próprios candidatos, através do domínio can.br, entre a data do registro de candidatura e a data de votação.

Com a Lei nº 12.034/09, a propaganda eleitoral na internet recebeu regulação apropriada, nela se admitindo feita em sítio do candidato, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País; em sítio do partido ou da coligação, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País; por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação (neste caso, as mensagens deverão dispor de mecanismo que

permita o descadastramento pelo destinatário); e ainda por meio de *blogs*, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e assemelhados, cujo conteúdo seja gerado ou editado por candidatos, partidos ou coligações ou de iniciativa de qualquer pessoa natural (art. 57-B, acrescido na Lei nº 9.504/97).

Debates

Além dos horários de propaganda eleitoral gratuita, os candidatos cujo partido tenha representação na Câmara dos Deputados terão assegurada sua participação em debates organizados pelas emissoras de rádio e de televisão, facultada a presença dos outros candidatos (art. 46).

Para eleições majoritárias, o debate poderá ser feito com todos os candidatos ou em grupos de, no mínimo, três. Para eleições proporcionais, considerar-se-á número equivalente de candidatos de todas as agremiações em disputa (todo debate deverá integrar a programação da emissora, sendo que, na ocasião em que se realizar, a ausência de um candidato não o impedirá de acontecer, desde que a emissora demonstre tê-lo convidado com setenta e duas horas de antecipação).

A Lei nº 12.034/09 estabeleceu que as regras dos debates serão acordadas entre os partidos políticos e a pessoa jurídica interessada na realização do evento, dando-se ciência à Justiça Eleitoral (no primeiro turno das eleições, serão consideradas aprovadas as regras que obtiverem a concordância de pelo menos 2/3 (dois terços) dos candidatos aptos no caso de eleição majoritária, e de pelo menos 2/3 (dois terços) dos partidos ou coligações com candidatos aptos, no caso de eleição proporcional).

Direito de resposta

O direito de resposta decorre da ofensa feita a candidato, partido ou coligação mediante divulgação, por qualquer meio de comunicação social, de conceito, imagem ou afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa ou sabidamente inverídica (art. 58 da Lei nº 9.504/97).

O ofendido ou seu representante legal poderá solicitar à Justiça Eleitoral o direito de resposta em vinte e quatro horas, contadas da divulgação da ofensa em horário eleitoral gratuito; em quarenta e oito horas, se se tratar de divulgação feita em horário normal de emissoras de rádio e televisão; ou em setenta e duas horas, quando

se tratar de imprensa escrita. O procedimento variará conforme a forma de divulgação da ofensa.

Se pela imprensa escrita, recebido o pedido (já instruído com a publicação e o texto para a resposta), a Justiça Eleitoral notificará o ofensor para que apresente sua defesa em vinte e quatro horas, devendo ser proferida a decisão em até setenta e duas horas da data da distribuição da representação (§2º do art. 58).

Se procedente o pedido, será determinada a divulgação da resposta no mesmo veículo, espaço, local, página, tamanho, caracteres e outros elementos de realce usado na ofensa, em até quarenta e oito horas após a decisão ou, tratando-se de veículo de periodicidade maior, assim que se publicar (por solicitação do ofendido, a resposta poderá ser divulgada no mesmo dia da semana em que foi feita a ofensa).

O ofensor deverá comprovar que atendeu à decisão, informando sobre a distribuição dos exemplares, a quantidade impressa e o raio de abrangência na distribuição.

Se se tratar de emissora de rádio ou televisão e a ofensa for divulgada em sua programação normal, a Justiça Eleitoral notificará o responsável da emissora para que entregue em até vinte e quatro horas cópia da fita de transmissão, determinando-se-lhe que preserve a gravação até o final da decisão. Se o pedido for procedente, a resposta será dada em até quarenta e oito horas após a decisão, nunca por tempo inferior a um minuto.

Se, por outro lado, a ofensa ocorrer no horário eleitoral gratuito, o ofendido e a emissora serão notificados do período para a veiculação da resposta, que será feita no início do programa do partido ou coligação. A resposta deverá ser entregue à emissora geradora em fita magnética em até trinta e seis horas após a ciência da decisão, para ser divulgada no programa subsequente do partido ou coligação em cujo horário se praticou a ofensa (se a resposta não se ater ao teor da ofensa, o candidato, partido ou coligação ofendida terá subtraído tempo idêntico à resposta em seu programa eleitoral; se se tratar de terceiro, além de ter este tempo descontado em eventual novo pedido de resposta, sujeitar-se-á a multa de duas mil a cinco mil UFIR).

Tratando-se de resposta a ser veiculada por ofensa propagada pela internet, será assegurado ao ofendido o mesmo veículo, espaço, local, horário, página eletrônica, tamanho, caracteres e outros elementos de realce usados na ofensa, em até quarenta e oito horas após a entrega da mídia física com a resposta do ofendido, ficando disponível para acesso por tempo não inferior ao dobro em que esteve

disponível a mensagem considerada ofensiva, sob custos do responsável pela propaganda original (art. 58, §3º, IV, da Lei nº 9.504/97, conforme redação dada pela Lei nº 11.300/06).

Das decisões sobre o direito de resposta cabe recurso inominado em vinte e quatro horas da data de sua publicação em cartório ou sessão, assegurando-se ao recorrido igual prazo para oferecer contrarrazões.

O não cumprimento integral da decisão que conceder a resposta sujeitará o infrator a multa de cinco mil a quinze mil UFIR, duplicada em caso de reiteração, sem prejuízo do disposto no art. 347 do Código Eleitoral.

O pessoal contratado por partidos e candidatos para trabalhar em campanha, sobretudo para promover propaganda política, não terá vínculo empregatício com os contratantes (art. 100 da Lei nº 9.504/97).

Propaganda vedada

A propaganda extemporânea é vedada, sob pena de multa, ressalvado pelo entendimento de que sua retirada tempestiva afasta a aplicação da multa (Súmula nº 41 do TRE-MG). Para sua caracterização, o TSE considera a mensagem de pedido de voto, ainda que subliminar:

Caracteriza propaganda eleitoral extemporânea a associação de nome de futuro candidato a seu tradicional lema de campanha, quando menciona também o cargo ocupado e o partido político ao qual é filiado, juntamente com sua fotografia.

(Acórdão ARESPE nº 21.849, de 18.11.2004, relatado pelo Ministro Carlos Velloso)

Menção, em coluna de jornal, às qualidades e aptidões para o exercício da função pública de potencial candidato à reeleição configura propaganda extemporânea.

(Acórdão ARESPE nº 21.541, de 26.10.2004, relatado pelo Ministro Gilmar Mendes)

Propaganda extemporânea (Lei nº 9.504/97, art. 36). Distribuição de boletim informativo contendo o nome, fotografias e o cargo de deputado estadual. 1. Ausência de menção ao pleito municipal futuro ou pretensão eleitoral. 2. Meros atos de promoção pessoal não se confundem com propaganda eleitoral.

(Acórdão RESPE nº 17.683, de 30.08.2001, relatado pelo Ministro Sepúlveda Pertence)

Distribuição de material de campanha. Não se pode imputar a candidato a prática de propaganda extemporânea se não evidenciada, nos autos, a ausência de cumprimento do período demarcado pela Lei Eleitoral para a sua realização.

(Acórdão RESPE nº 15.757, de 15.12.1998, relatado pelo Ministro Maurício Corrêa)

Para as condutas vedadas em espécie, remetemos o leitor ao capítulo 23.

Propaganda irregular

A propaganda irregular define-se pela prática de ato de divulgação de candidatura em detrimento da legislação eleitoral, sem que se tenha por configurado uma conduta criminosa. São hipóteses de sua ocorrência a inobservância dos arts. 240, 241, 242, 244, I e II, e parágrafo único, I a VI, 250, 255, todos do Código Eleitoral, arts. 19 e 22, *caput*, da Lei Complementar nº 64/90.

Para os casos de propaganda irregular, o Código estabelece a representação ou reclamação eleitoral para provocar a jurisdição competente (art. 35, V, do Código), sem prejuízo do mandado de segurança, do *habeas corpus* ou de outros mecanismos.

Propaganda criminosa

A prática de propaganda criminosa é definida nos arts. 322 a 337 do Código Eleitoral e em disposições de lei. Em se tratando de crime, empregarão os legitimados (candidatos, partidos políticos, coligações e representante do Ministério Público) a ação penal.

Boca de urna

A boca de urna configura uma prática de propaganda tipificada penalmente no inciso II do §5º do art. 39 da Lei nº 9.504/97, punível com detenção de seis meses a um ano, e multa, para as seguintes condutas:

1. Uso de alto-falantes e amplificadores de som ou a promoção de comício ou carreatas;
2. Arregimentação de eleitor ou a propaganda de boca de urna;
3. Divulgação de qualquer espécie de propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos.

Embora o crime de boca de urna possa ser associado a outras condutas, especialmente aquelas previstas nos arts. 296 e 301 do Código Eleitoral, dadas as circunstâncias normativas do tipo, a hipótese será de concurso de crime, assim resolvida pelo Código Penal.

Na esteira das dúvidas suscitadas perante a Justiça Eleitoral, a Lei nº 12.034/09 acrescentou o art. 39-A à Lei nº 9.504/97, para permitir, 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. Aos fiscais partidários, nos trabalhos de votação, só é permitido que, em seus crachás, constem o nome e a sigla do partido político ou coligação a que sirvam, vedada a padronização do vestuário.

Por outro lado, vedou, não como crime, mas ilícito administrativo:

- 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;
- no recinto das seções eleitorais e juntas apuradoras, aos servidores da Justiça Eleitoral, aos mesários e aos escrutinadores o uso de vestuário ou objeto que contenha qualquer propaganda de partido político, de coligação ou de candidato.

Pesquisas eleitorais

As pesquisas eleitorais somente serão feitas mediante controle prévio da Justiça Eleitoral, mediante registro feito pela entidade de pesquisa.

O registro da pesquisa na Justiça Eleitoral será feito em até cinco dias antes da divulgação, apresentando-se os seguintes dados:

1. A informação de quem contratou a pesquisa;
2. O valor e origem dos recursos despendidos no trabalho;
3. A metodologia e o período de sua realização;
4. O plano amostral e ponderação quanto a sexo, idade, grau de instrução, nível econômico e área física de realização do trabalho;
5. O intervalo de confiança e margem de erro;
6. O sistema interno de controle e verificação, conferência e fiscalização da coleta de dados e do trabalho de campo;
7. O questionário completo aplicado ou a ser aplicado;
8. O nome de quem pagou pela realização do trabalho.

Tais informações serão divulgadas pela Justiça Eleitoral e ficarão à disposição dos partidos ou coligações pelo prazo de trinta dias, mediante veiculação na internet e em sua afixação no local de costume (§2º do art. 33, conforme redação dada pela Lei nº 12.034/09). Resolvida eventual impugnação, poderá ser feita sua divulgação a

qualquer tempo, inclusive no dia da eleição (art. 5º da Resolução nº 20.556 do TSE), desde que:

1. A divulgação de dados não oficiais sobre eleição estadual pode ocorrer logo após o horário de encerramento da votação, ou seja, após as 17 horas. 2. A divulgação de dados não oficiais sobre eleição presidencial pode ocorrer após o horário de encerramento da votação em todo o território nacional, levando-se em consideração a existência de mais de um fuso horário no país. 3. A divulgação de pesquisa de boca-de-urna sobre a eleição estadual pode ocorrer após as 17 horas.

(Resolução nº 21.229, de 01.10.2002, relatado pelo Ministro Fernando Neves)

A divulgação de pesquisa sem o registro eleitoral ou que tenha sido negado ensejará a aplicação de multa (Acórdão AG nº 3.725, de 24.10.2002, relatado pelo Ministro Fernando Neves).

Se restar comprovada a fraude ou irregularidade na realização da pesquisa, o infrator responderá por crime punível com detenção e multa, sem prejuízo da divulgação correta dos dados. Poderão ser aqui responsabilizados penalmente tanto o representante legal da entidade de pesquisa como o do órgão divulgador.

Os partidos políticos poderão fiscalizar a idoneidade das pesquisas de opinião eleitoral mediante o acesso ao sistema interno de controle, verificação e fiscalização da coleta de dados das entidades, inclusive à identidade dos entrevistadores e aos mapas de pesquisa, por escolha aleatória de planilhas individuais (art. 34, §1º).

A Lei nº 11.300/06 acrescentou o art. 35-A à Lei nº 9.504/97, para vedar a divulgação de pesquisas eleitorais por qualquer meio de comunicação, a partir do décimo quinto dia anterior até as 18 (dezoito) horas do dia do pleito, declarado inconstitucional pelo STF (confira-se a ADIN nº 3.741-2 em quadro anexo).

Sanções

À prática de condutas irregulares ou vedadas em matéria de propaganda poderão ser aplicadas sanções administrativas, civis e eleitorais propriamente ditas, tais como a cassação do registro de candidato (art. 344 do Código Eleitoral), cassação do direito de transmissão de mensagem gratuita em rádio e televisão (art. 45, §2º, da Lei nº 9.095/96), anulação de votos (art. 222 do Código), inelegibilidade (art. 22, XIV, da Lei nº 64/90) e multa.

Fiscalização

Os arts. 242, parágrafo único, e 245, §3º, do Código Eleitoral e art. 52 da Lei nº 9.504/97 atribuem à Justiça Eleitoral competência para resolver qualquer irregularidade que envolva propaganda política, restritamente às providências necessárias para inibir práticas ilegais, vedada a censura prévia sobre o teor dos programas a serem exibidos na televisão, no rádio ou na internet. Necessariamente, haverá a atuação do *parquet* como parte ou *custos legis*.

A Lei nº 12.034/09 impediu a fiscalização municipal, com base em ordenações de posturas, sobre a propaganda eleitoral. Neste caso, se houver violação dos símbolos, frases ou imagens empregadas por órgão de governo em propaganda eleitoral, o ilícito será analisado sob a perspectiva de prática do crime previsto no art. 40 da Lei nº 9.504/97.

De acordo com a Súmula nº 18 do TSE, o juiz eleitoral não poderá instaurar de ofício procedimento para apurar ilícito em propaganda.

O TRE detém competência para editar resolução disciplinando o uso dos meios de propaganda (ADIN nº 2.275-0 STF).

De todo modo, a fiscalização da propaganda pode e deve ser feita pelos próprios candidatos e partidos reciprocamente, assim como por qualquer pessoa hábil a representar.

Com a Lei nº 12.034/09, as representações feitas por irregularidade em propaganda eleitoral devem ser instruídas com a prova da autoria ou do prévio conhecimento do beneficiário, caso este não seja por ela responsável. De acordo com o art. 40-B que se acresceu à Lei nº 9.504/97, em representação feita com esta finalidade, a responsabilidade do candidato estará demonstrada se este, intimado da existência da propaganda irregular, não providenciar, no prazo de quarenta e oito horas, sua retirada ou regularização e, ainda, se as circunstâncias e as peculiaridades do caso específico revelarem a impossibilidade de o beneficiário não ter tido conhecimento da propaganda.