



Arthur Rollo: Propaganda eleitoral antecipada nas eleições de 2016

A Lei 13.165, de 29 de setembro de 2015, que introduziu a última minirreforma eleitoral, provocou alterações significativas no processo eleitoral, dentre as quais: a proibição do financiamento empresarial das campanhas eleitorais, a obrigatoriedade de definição de limites de gastos pelo Tribunal Superior Eleitoral, o atraso do calendário eleitoral e a flexibilização das pré-campanhas.

Baratear as campanhas eleitorais é importante, mas fazer isso através da redução das formas e do tempo de propaganda eleitoral somente beneficia quem já está no poder e já é conhecido. Para que todo o poder emane do povo, é fundamental a propaganda eleitoral ampla.

Também não se reduzem os gastos de campanha com regras do dia para a noite. A redução de gastos de campanha deve partir de um processo contínuo de conscientização do eleitor e dos concorrentes. Se os candidatos passarem a perceber que os eleitores evitam votar em quem gasta demais, naturalmente as despesas tenderão a diminuir.

Como não poderão gastar quase nada durante as campanhas, nas cidades com até dez mil eleitores o limite máximo de gastos é de R\$100 mil para prefeito e de R\$10 mil para vereador, muitos pré-candidatos têm antecipado as divulgações nas pré-campanhas, realizando despesas de vulto antes do período permitido.

Por força do atraso do calendário eleitoral, a propaganda eleitoral com pedido direto de voto passou a ser admitida apenas a partir de 16 de agosto. Antes disso, toda e qualquer forma de divulgação que traga pedido direto de voto será entendida como propaganda eleitoral antecipada e irregular, punida com multa de R\$5 mil a R\$25 mil, nos termos do §3º do artigo 36 da Lei 9.504/97.

Por questão de lógica, não se admite na pré-campanha aquilo que não é possível fazer durante as campanhas eleitorais. Formas de propaganda eleitoral proibidas e limitação de gastos, por interpretação, produzem igualmente efeitos nas pré-campanhas.

Outdoors são expressamente proibidos pela legislação eleitoral durante o período de campanha, nos termos do §8º do artigo 39 da Lei 9.504/97. Se assim é, a despeito de posicionamentos favoráveis anteriores da jurisprudência do TSE, toda divulgação de pré-campanha realizada por esse veículo é irregular. Mesmo que não configure propaganda antecipada, por não conter pedido direto de voto, evidenciará o abuso dos meios de comunicação social, porque o impacto visual de um outdoor, notadamente nas cidades pequenas, produz bastante efeito perante o eleitorado.

Inúmeros precedentes do TSE, que afastam a ocorrência de propaganda eleitoral antecipada, ressalvam a possibilidade de avaliação da ocorrência do abuso do poder econômico e dos meios de comunicação social. Nesse sentido, por exemplo, foi o julgamento do agravo regimental em recurso especial eleitoral TSE 1.809, de 09.06.2015, Relator o ministro Henrique Neves, que afastou no caso concreto a propaganda antecipada e ressalvou “casos graves ou reveladores de abuso”.

Cavaletes e telemarketing igualmente são proibidos durante a campanha. Se assim é, por interpretação



lógica, também não podem ser utilizados nas pré-campanhas.

Existem candidatos, no entanto, que já estão se valendo antecipadamente de meios de propaganda eleitoral que só podem ser utilizados a partir de 16 de agosto. Gastos típicos de campanha, como aqueles referentes à confecção de materiais de propaganda eleitoral, só podem ser realizados após: a escolha do candidato em convenção, do pedido de registro de candidatura, da obtenção do CNPJ de campanha, da abertura da conta corrente específica para a arrecadação e a realização de gastos eleitorais, bem como a disponibilidade financeira na conta, para justificar assumir a dívida perante o fornecedor do material. Na prática, portanto, a propaganda eleitoral começará efetivamente lá para o final do mês de agosto, quando as gráficas entregarão os materiais de campanha solicitados.

Até que todas as providências acima sejam ultimadas, os pré-candidatos não poderão realizar gastos típicos eleitorais. Enquanto isso, se quiserem realizar atos de pré-campanha, terão que se valer dos partidos políticos. Estes podem fazer já suas propagandas partidárias, a partir da exposição das figuras mais relevantes de seus quadros. O partido político pode divulgar seus pré-candidatos, suas qualidades e propostas e também pedir o apoio da população aos seus projetos. Pode realizar gastos nesse sentido, que serão contabilizados na prestação de contas dos partidos políticos.

Pré-candidatos não têm justificativa para hoje realizar e contabilizar gastos eleitorais. A pré-campanha que pode ser realizada pelos pré-candidatos deve ocorrer, sobretudo, nas redes sociais, que permitem a exposição de ideias, opiniões e propostas, assim como os pedidos de apoio, mediante baixíssimo custo. Nesse sentido os pré-candidatos podem veicular através das mídias sociais sua condição, seu currículo, propostas futuras e, até mesmo, pedir apoio.

Com a flexibilização da pré-campanha, pré-candidatos estão antecipado gastos com a contratação de marqueteiros, com a realização de eventos suntuosos de lançamentos de pré-candidaturas e com a confecção de inúmeros materiais. Despesas de pré-campanha devem ser suportadas exclusivamente pelos partidos políticos, dentro da sua autonomia para a realização de propaganda partidária, e ter baixo custo, sob pena de ineficácia das mudanças da legislação eleitoral que visam o barateamento das campanhas.

Adesivos microperfurados em veículos, com características típicas de campanha eleitoral, colocando por exemplo a foto do candidato a Prefeito ao lado da foto do candidato a vereador, caracterizam propaganda antecipada e, a depender da quantidade difundida e do seu custo, abuso do poder econômico e dos meios de comunicação social.

Eventos de lançamento de pré-campanha devem ter conotação partidária e ressaltar as propostas e os ideais do partido e não a figura do pré-candidato, que poderá se divulgar apenas a partir de 16 de agosto. Todas as despesas realizadas devem ser suportadas pelos partidos, porque os pré-candidatos não podem antecipar gastos eleitorais conforme já mencionado.

As dúvidas são muitas e a única certeza é de que existem pré-candidatos que estão abusando do poder econômico e dos meios de comunicação social, realizando gastos típicos de campanha em período vedado pela legislação eleitoral. Como essa é a primeira eleição diante do novo cenário jurídico, aguardemos para ver como os tribunais regionais e o Tribunal Superior Eleitoral interpretarão essas “queimadas de largada”. Até que a interpretação esteja consolidada, recomenda-se prudência aos pré-



candidatos.

Date Created
01/07/2016