



Apoiador pode aparecer em cena externa de propaganda, diz TRE-SP

Não existe qualquer impedimento para que, em propagandas eleitorais, apoiadores de um candidato falem sobre feitos da gestão do político, em cenas gravadas ao ar livre. A decisão é do Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo ao [prover recurso](#) de Marta Suplicy, que disputa a Prefeitura de São Paulo.

A discussão se deu em torno do artigo 54 da [Lei 13.165/2015](#), cujo parágrafo 2º permite que os proponentes ao cargo exponham realizações de suas gestões, falhas administrativas e deficiências encontradas em obras e serviços públicos, além de atos parlamentares e debates legislativos.

Para a coligação Acelera SP — liderada por João Doria Júnior, candidato à Prefeitura paulistana pelo PSDB —, esse parágrafo impediria que outras pessoas, que não os candidatos, falassem sobre os temas discriminados.

Na propaganda questionada, um eleitor aparece elogiando um dos centros educacionais construídos durante a gestão de Marta Suplicy à frente da capital paulista (2001, 2004).

Em primeira instância, o juiz eleitoral deu razão a João Doria. Mas a relatora do recurso no TRE-SP, desembargadora Marli Ferreira, entendeu que um dispositivo dentro da regra não pode se sobrepor ao total. Ou seja, o parágrafo não poderia estar acima do que diz o *caput*.

“Com a máxima vênia ao entendimento adotado pelo douto magistrado sentenciante, não há como admitir que a determinação de observação ao parágrafo 2º da mesma norma venha a suprimir a permissão concedida pelo *caput*. De fato, em momento algum o parágrafo 2º do artigo 54 veda a participação dos apoiadores dos candidatos nas gravações externas, o que eliminaria por completo a faculdade concedida pela cabeça do artigo”, explicou Marli.

Ela detalhou que o parágrafo 2º apenas condicionar a participação dos candidatos nas cenas externas à exposição dos temas tratados nos incisos do artigo 54. “A candidata recorrente também aparece pessoalmente nas gravações externas da propaganda impugnada, exaltando as realizações de seu governo quando exerceu o cargo de prefeita do município de São Paulo, em perfeita consonância com o art. 54, § 2º, I, da Lei 9.504/97.”

Reprodução



Propaganda de Marta era acusada de não cumprir legislação sobre propaganda.
Agência Senado

Norma contraproducente

Alguns advogados eleitoralistas argumentam que as controvérsias surgem a partir das alterações mal feitas pela reforma eleitoral. Os especialistas também criticam as restrições do modelo atual, que impede o surgimento de novos nomes na política e dificultam a vida de candidatos pouco conhecidos.

Fernando Neisser, que defende o candidato à reeleição Fernando Haddad (PT-SP), conta que o resultado das mudanças promovidas em 2015 foram decisões contraditórias. “A redação é muito confusa. O caput do 54 é um caos. Não se entende qual termo se refere a que. Isso abre margem a diversas interpretações.”

Ele também critica o “engessamento” do horário eleitoral e a ideia de que os marqueteiros “são os grandes bruxos” da política. O advogado do petista ressalta que as limitações impostas aos programas eleitorais apenas dificultam a vida dos candidatos, pois cenas externas não teriam o efeito milagroso propagado.

Neisser opina que essas imposições nada mais são do que proteções excessivas ao eleitor, que mais prejudicam do fortalecem a democracia, que não amadurece por não ter eleitores realmente conscientes. Segundo o advogado, esse paternalismo é injustificado e as influências das cenas externas já foram desmitificadas. “O mundo de hoje não é o mundo das décadas de 1980 e 1990.”

O advogado explica que uma interpretação literal da norma dá a entender que o candidato só pode falar sobre os temas pré-delimitados pela legislação e defende a licitude de “entrevistas” feitas por candidatos junto a eleitores. “É de um autoritarismo que não faz sentido no Estado Democrático de Direito. É tratar o eleitor como um idiota. Se o candidato não apresenta propostas, problema dele. Nós temos um ranço iluminista que a razão é boa e o sentimento é ruim. Nós não os separamos em nossa cabeça.”

Também já foi comprovado, continua Neisser, por quem atua na produção dessas peças publicitárias que a reprodução das cenas externas em estúdio acaba sendo mais caro, o que vai contra o suposto objetivo das alterações legislativas, que é o barateamento das campanhas. “Nossa legislação era muito boa, mesmo com imperfeições.”

Reprodução



Neisser diz que eleitor não pode ser tutelado, pois isso impede o amadurecimento da democracia.
Reprodução

O advogado conta que esse ataque às cenas externas ocorre há algum tempo sob o argumento do alto preço, mas ressalta que esse não é o ponto. “O eleitor não decidirá pelo candidato por causa de uma cena bonita [...] as pessoas estão mais preparadas para comunicação com melhor qualidade estética.”

A lógica do artigo 54, para Neisser, é a de que é preciso apenas o candidato na tela. O advogado destaca que o mundo atual está acostumado à estética das telas, e que empobrecer as campanhas afasta ainda mais o eleitor da política. “Está voltando quase para a Lei Falcão [da época da ditadura militar].”

Neisser afirma que essa restrição só beneficia quem não precisa de propaganda e que o Congresso Nacional surfou nesse discurso contra os marqueteiros e acabou beneficiando candidatos que já têm cargos e as celebridades que se candidatam: atores, locutores, líderes religiosos, entre outros.

Especialização em eleições

Para **Anderson Pomini**, advogado da campanha de João Doria, as restrições impostas às propagandas eleitorais no rádio e na televisão partiram da equivocada premissa de que os custos para a produção de filmagens externas são mais elevados. Ele foca no artigo 53 ao ressaltar que a regra foi definida sem levar em consideração o desenvolvimento da tecnologia, que barateou a produção dos programas eleitorais.

Reprodução



Pomini sugere que Justiça Eleitoral tenha magistrados especializados em cada tema.
Reprodução

“A mudança nasceu velha”, diz, complementando que a lei foi mal redigida, o que gera confusão para a orientação das equipes de comunicação das campanhas e contradições entre primeira e segunda instâncias da justiça eleitoral. “Como que o jurídico da campanha poderá orientar o pessoal de comunicação, se nem mesmo os juízes eleitorais chegaram a um mesmo entendimento sobre o tema?”

Pomini diz ainda que a Justiça Eleitoral precisa de especialização. “A Justiça eleitoral deveria contar com melhor estrutura para o atendimento das eleições em geral, em especial para as municipais, onde os juiz acumulam funções diversas durante o período crítico. É humanamente impossível que juízes conheçam e entreguem decisões escorreitas atuando em diversas áreas do Direito ao mesmo tempo em que julgam os feitos eleitorais.”

Date Created

22/09/2016