



Amilton Kufa: O que pode e o que não pode nas eleições deste ano

Com as últimas reformas eleitoral e política, mudanças foram implementadas em quase todos os pontos da legislação eleitoral, sendo as principais o denominado “período pré-campanha”, onde não mais se considera como propaganda antecipada (irregular) o ato de se apresentar como pré-candidato e exaltar qualidades pessoais de pré-candidato, desde que não haja o pedido explícito do voto, e o *crowdfunding* (vaquinha virtual ou financiamento coletivo), que possibilita a arrecadação de recursos para a campanha antes mesmo do registro da candidatura.

Ainda nessa fase “pré-campanha”, está previsto no calendário eleitoral, desde 30 de junho, a vedação às emissoras de rádio e TV transmitirem programa apresentado ou comentado por pré-candidato, sob pena de multa ou, até mesmo, cancelamento do possível registro de candidatura, caso o candidato venha a ser escolhido na convenção partidária.

Neste mês de julho, o calendário eleitoral traz importantes vedações, destacando-se que, a partir do dia 7, fica vedado aos agentes públicos, em especial, as condutas de nomeação, contratação ou admissão, demissão sem justa causa, ou ainda concessão de vantagens ou remoção, transferência ou exoneração de servidores, ressalvados alguns casos específicos, previstos na alínea “a”, incisos V e VI do artigo 73, da Lei 9.504/97, e, ainda, a vedação da autorização de publicidade institucional, da realização de pronunciamento em cadeia de rádio e TV, fora do horário eleitoral gratuito; vedação à realização de inaugurações, a contratações de shows artísticos pagos com recursos públicos e ao comparecimento a inaugurações de obras públicas, entre outras.

As convenções partidárias, destinadas a deliberar sobre a definição das coligações e a escolha dos candidatos ao pleito deste ano poderão ser realizadas a partir de 20 de julho, período que vai até 5 de agosto. Ainda em 20 de julho, passa a ser assegurado a candidatos, partidos políticos ou coligações o direito de resposta para casos de ofensa à imagem ou à honra, difundidos por qualquer veículo de comunicação social; prazo final, também, para a realização de enquetes sobre o processo eleitoral.

Fica mantida a redução do período de propaganda eleitoral, que, como ocorreu no último pleito, passou para 45 dias, iniciando em 16 de agosto, além da redução do tempo de propaganda na rádio e na TV, que passou para 35 dias (a partir de 26 de agosto), permitido, nesta eleição, impulsionamento de conteúdo na internet.

Da mesma forma, inúmeras das mudanças introduzidas nas eleições de 2016 ficam mantidas, entre as quais, na propaganda do candidato majoritário, o nome do candidato a vice deve aparecer de modo claro e legível, em tamanho não inferior a 30% do nome do titular; continua proibida a realização de showmício e de evento assemelhado, bem como a veiculação de propaganda por meio de outdoor.

Persiste, ainda, a proibição de distribuição de brindes, camisetas, chaveiros, bonés, canetas, cestas básicas ou qualquer outro bem ou material que possa proporcionar vantagem ao eleitor, o que pode ser considerado como compra de votos, além da proibição de placas, faixas, estandartes, cavaletes e bonecos, sem contar o fato de que, nestas eleições, em bens particulares, só é permitida a veiculação de adesivo na janela de residências no tamanho limite de meio metro quadrado, proibida a justaposição,



devendo-se respeitar o mesmo tamanho para veículos, autorizado, no entanto, a colocação de adesivo microperfurado na extensão total do para-brisa traseiro.

A maior novidade para essas eleições é a possibilidade de os pretensos candidatos, já nesta fase que antecede as convenções e registro de candidaturas, arrecadarem via financiamento coletivo, o denominado *crowdfunding*, que pode ser realizado desde 15 de maio, instituto de extrema importância para as campanhas, em especial pela escassez de recursos para financiamento das campanhas e da proibição de financiamento de pessoas jurídicas.

Ocorre que, embora permitida a arrecadação nesse formato já na pré-campanha, a legislação não permite àqueles que realizem tal ato de arrecadação acesso aos recursos, o que só será permitido quando do registro da candidatura e abertura da conta de campanha, ocasião em que os valores que estejam sob custódia da empresa arrecadadora serão transferidos aos destinatários da doação.

No que tange a propaganda eleitoral no período denominado de “pré-campanha”, entende o Tribunal Superior Eleitoral, em decisão recente, que é possível a realização de atos de campanha, incluindo impulsionamento de conteúdo nas redes sociais, desde que de modo moderado, evitando-se caracterização de abuso do poder econômico, proibido, de todo modo, o pedido explícito de voto. Destacou-se, no entanto, a proibição, nesse período, daqueles atos proibidos no período de campanha.

Desse modo, segundo o TSE, três critérios são fundamentais para definir a caracterização, ou não, da propaganda antecipada irregular, que é a existência de pedido explícito de votos, independentemente da forma utilizada ou da existência de gastos de recursos; atos publicitários não eleitorais, que são aqueles cujo conteúdo, direta ou indiretamente, não se relacionam com a disputa eleitoral, denominados de “indiferentes eleitorais”; e, por fim, usos de elementos classicamente reconhecidos como caracterizadores de propaganda, desacompanhados de pedido explícito de voto, porém dentro de um critério de razoabilidade.

No primeiro caso, teríamos a configuração da propaganda irregular; nos dois últimos, não, estando abarcados pela autorização expressa do artigo 36-A da Lei das Eleições.

Date Created

07/07/2018