



Opinião: Afinal, o que é permitido e proibido na fase de pré-campanha?

Nas eleições de 2016 tivemos uma impactante mudança legislativa: a diminuição do período de campanha de 90 para apenas 45 dias.

Essa mudança veio acompanhada da inclusão do artigo 36-A na Lei 9.504/97, o qual relacionou os atos permitidos antes do estreito período de embate oficial, visando, com isso, possibilitar que os pré-candidatos pudessem promover as suas ideias, projetos e plataformas políticas, além do que já era permitido.

Antes dessa alteração, proibia-se quaisquer alusões à candidatura, antes da formalização de seu registro. Hoje, a regra é clara e sabida por todos: pode-se apresentar como pré-candidato, desde que não se realize pedido de votos.

Contudo, até o último dia 26, algumas dúvidas pairavam. Em especial, havia dúvidas quanto à possibilidade de realização de gastos, assim como sobre a delimitação do impedimento relativo ao “pedido explícito de votos”. Essas dúvidas foram solucionadas pelo Tribunal Superior Eleitoral, no julgamento do AgR-AI 9-26/SP.

Vencido o cenário de incertezas, pode-se, em suma, afirmar que:



- Atos publicitários sem cunho propriamente eleitoral, como mensagens de felicitação pelo aniversário da cidade, celebrações de dias festivos, homenagens e etc. estão absolutamente permitidos, com ou sem gastos de recursos pessoais e mesmo com formas de exposição vedadas em campanhas eleitorais (outdoor, p. ex.), por se tratarem de “indiferentes eleitorais”;
- O “pedido explícito de voto” deve ser considerado de forma restrita, existindo somente quando presente uma comunicação frontal e direta com o eleitor, da qual se extraia o uso do verbo votar ou de expressões que carreguem o mesmo sentido (“vote em”, “eleja tal”, etc.).
- Quando ausente o pedido de voto, o ato de comunicação é, em princípio livre. Porém, a difusão de conteúdos “propriamente eleitorais” (como a menção à candidatura, a exaltação de qualidades pessoais ou a divulgação de plataformas políticas) não pode ser feita mediante formas vedadas no período oficial (outdoor, brindes, placas, etc.), havendo de se restringir a plataformas lícitas (internet, panfletos, adesivos, etc.).
- O uso de recursos financeiros está autorizado no período de pré-campanha, desde que feito com moderação. A única exigência é de que seja compatível com as possibilidades do “candidato médio”. Com isso, fica autorizada a realização de pequenas despesas, como a contratação de materiais gráficos (adesivos, folhetos informativos, etc);
- O ministro Luiz Fux, em seu voto, respaldando a viabilidade de gastos com moderação, afirmou que “a completa exclusão do dinheiro acarretaria graves limitações fáticas ao exercício da liberdade de expressão, máxime porque mesmo as formas mais mezinhas de propaganda carregam, naturalmente, os seus respectivos custos intrínsecos.”

Para além dessa “zona nebulosa”, existem atividades expressamente permitidas pela Lei das Eleições, em seu artigo 36-A. São elas:

1) A participação de filiados a partidos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na tv e na internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, observado pelas emissoras o dever de conferir tratamento isonômico.

Nesses casos, permite-se o pedido de “apoio político”, assim como a divulgação da pré-candidatura e das ações que se pretende desenvolver. A exceção fica para os profissionais da comunicação que, no exercício da profissão, estão impedidos de extrair vantagens de sua ampla exposição.

2) A realização de encontros ou congressos, em ambiente fechado, para tratar da organização das eleições, discussão de políticas públicas, planos de governo ou formação de alianças, podendo tais atividades ser divulgadas pelos instrumentos de comunicação intrapartidária.

Após o julgamento referido, entende-se que a divulgação desses encontros poderá ser feita, também, pelos pré-candidatos, que, nessa atividade, poderão realizar gastos módicos.

3) A realização de prévias partidárias e a respectiva distribuição de material informativo, a divulgação dos nomes dos filiados que participarão da disputa e a realização de debates entre os pré-candidatos;



- 4) A divulgação de propaganda intrapartidária com vista à indicação do nome do pré-candidato não pode ser realizada através de rádio, televisão e outdoor.
- 5) A divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se faça pedido de votos. Nessa permissão, inclui-se a produção de materiais gráficos a cargo do gabinete para a prestação de contas do mandato do deputado federal, estadual ou vereador.
- 6) A divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais, permitido o impulsionamento, desde que de forma moderada.
- 7) A realização, a expensas do partido, de reuniões de iniciativa da sociedade civil, de veículo ou meio de comunicação ou do próprio partido, em qualquer localidade, para divulgar ideias, objetivos e propostas partidárias.

Essa previsão alberga a realização de encontros em espaços abertos, podendo, assim, ser realizados em vias públicas, desde que respeitadas as regras municipais e de segurança pública, buscando a preservação dos equipamentos urbanos e lugares públicos.

Contudo, mantém-se a proibição de fixação de material de propaganda em espaços públicos. A permissão seria apenas para a exposição de ideias, a divulgação de plataformas de campanha ou planos de governo, podendo, inclusive, dispor de mesas para a distribuição de material de campanha e o uso de bandeiras ao longo das vias públicas, desde que essas peças sejam móveis (mantidas das 6h às 22h) e não atrapalhem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.

- 8) A campanha de arrecadação prévia de recursos via *crowdfunding*, a partir de 15 de junho de 2018, podendo o pré-candidato utilizar das redes sociais para solicitar a participação da sociedade na doação para campanha futura.

Nesse único caso, é expressamente vedado pelo parágrafo 2º do artigo 36-A da Lei nº 9.504/97 o pedido de apoio político e a divulgação da pré-candidatura, das ações políticas desenvolvidas e das que se pretende desenvolver. Contudo, chega a ser um contrassenso, pois o eleitor não será estimulado a doar sem conhecer das propostas e do cargo que estará em disputa.

Destaca-se que, materiais produzidos na pré-campanha devem manter a moderação de gastos e somente podem ser confeccionados nas formas permitidas: cartões de visita, folhetos e demais impressos, bandeiras, perfurados em veículos e adesivo plástico, desde que não exceda a 0,5 m² (meio metro quadrado), evitando-se a caracterização do abuso do poder econômico, o que pode gerar a cassação do registro ou mandato.

Apesar a postura liberalizante, a Justiça Eleitoral conserva a competência para intervir em face de abusos. Assim sendo, destaca-se que não apenas o pedido explícito de voto, como ainda a realização de gastos excessivos ou o uso de instrumentos inadequados podem atrair a intervenção do Judiciário, acarretando, a depender do caso, a aplicação de multas ou a cassação de mandatos.

Como se vê, exige-se do pré-candidato bom senso e cautela, quanto mais agora, quando, finalmente, a



classe política sabe onde pisa.

Date Created
13/07/2018