

STF mantém restrições à propaganda eleitoral em jornais

Por maioria, o Supremo Tribunal Federal decidiu manter as normas que limitam a publicidade eleitoral em jornais impressos e proíbem a sua veiculação paga na internet. Em sessão finalizada nesta quinta-feira (17/2), a Corte considerou constitucionais as restrições da Lei Eleitoral e rejeitou ação da Associação Nacional dos Jornais (ANJ) que as contestavam.

Seis ministros (Nunes Marques, Alexandre de Moraes, Rosa Weber, Dias Toffoli, Gilmar Mendes e Ricardo Lewandowski) votaram por rejeitar o pleito da ANJ. Os ministros Luiz Fux, Edson Fachin, Luís Roberto Barroso e Carmen Lúcia, para acolher a demanda.

pixabay



Pixabay

André Mendonça considerou que deve ser admitida a propaganda paga em sites de empresas jornalísticas na internet, mas as limitações, diversas das estabelecidas para os veículos impressos, devem ser fixadas pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

Prevaleceu o entendimento do ministro Nunes Marques, que julgou a ADI totalmente improcedente. Ele considera que, embora a lei tenha sido editada em um período em que a internet não tinha tanta influência na disputa eleitoral, esse fator, por si só, não constitui uma inconstitucionalidade. Para o ministro, apenas o Congresso pode alterar as restrições legais impostas à propaganda eleitoral questionadas pela ANJ.

O relator da matéria, ministro Luiz Fux, ficou vencido. Ele considerou que a propaganda eleitoral deve ser regulada de modo a assegurar a igualdade de condições entre os candidatos, mas a legislação atual contém uma diferença expressiva de tratamento entre a propaganda eleitoral gratuita na internet e a paga. Para o ministro, a vedação da propaganda paga na internet causa um desequilíbrio injustificado entre as plataformas de comunicação, beneficiando empresas gestoras de redes sociais, com a autorização do impulsionamento eleitoral remunerado, e prejudicando as empresas jornalísticas, que ficam proibidas de se financiar com a propaganda eleitoral na internet.

Restrições

De acordo com o artigo 43 da Lei das Eleições ([Lei 9.504/1997](#)), a propaganda em meios de



comunicação impressos fica restrita a dez anúncios por candidato, por veículo e em datas diversas. Além disso, a peça não pode ocupar mais de 1/8 de página de jornal padrão e de 1/4 de página de revista ou tabloide. A divulgação pode ocorrer até a antevéspera das eleições. O artigo 57-C veda a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, admitindo somente o impulsionamento de conteúdo devidamente identificado.

Já o inciso I do parágrafo 1º desse artigo veda a qualquer empresa (pessoa jurídica) a difusão de propaganda eleitoral em site próprio na internet, mesmo gratuitamente.

Na ação, a ANJ sustentava que a restrição à publicidade em veículos impressos é desproporcional, inadequada e não atinge seus fins. Em relação à internet, alega que cria mais espaço para a veiculação de fake news.

ADI 6.281