

**ESCOLA DA MAGISTRATURA DO ESTADO DO PARANÁ  
XXXII CURSO DE PREPARAÇÃO À MAGISTRATURA  
NÚCLEO CURITIBA**

**ALEXANDRE MARTINS**

**PROPAGANDA ELEITORAL:  
PROPAGANDA ELEITORAL E A LEI 12891/2013**

**CURITIBA**

**2014**

**ALEXANDRE MARTINS**

**PROPAGANDA ELEITORAL:  
PROPAGANDA ELEITORAL E A LEI 12891/2013**

Artigo objetivando análise das questões de propaganda eleitoral nas eleições 2014 e as principais alterações ocorridas pela vigência da Lei 12.891/2013.

Orientador: Prof. SIDERLEI OSTRUFKA  
CORDEIRO

**CURITIBA**

**2014**

## **TERMO DE APROVAÇÃO**

Alexandre Martins

### **PROPAGANDA ELEITORAL: PROPAGANDA ELEITORAL E A LEI 12891/2013**

Artigo aprovado como requisito parcial para conclusão do Curso de Preparação à Magistratura em nível de Especialização, Escola da Magistratura do Paraná, pela seguinte banca examinadora.

Orientador: \_\_\_\_\_

Avaliador: \_\_\_\_\_

Avaliador: \_\_\_\_\_

Curitiba, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2014.

## PROPAGANDA ELEITORAL: PROPAGANDA ELEITORAL E A LEI 12891/2013

Alexandre Martins<sup>1</sup>

### RESUMO

O presente artigo pretende uma análise de alguns tópicos referente à Propaganda Eleitoral fatos ocorridos no período eleitoral, o Poder de Polícia do magistrado na atuação relativo ao de controle das Propagandas Eleitorais alguns ajustes ela Lei 12.891/2013. Poderíamos tratar da ocorrência de aprimoramento da propaganda eleitoral, ocorrida desde o ano de 2004, quando se iniciou efetivamente o controle da propaganda com maior eficácia e de forma rígida. Referidos ajustes na legislação, foram na verdade restrições, ou seja, iniciou-se com a proibição de distribuição propaganda através de brindes eleitorais (canetas, régua, lixa de unha, pipas, bonés, camisetas e qualquer objeto que pudesse caracterizar desequilíbrio no pleito), restrições de animação por artistas em comícios (conhecidos como showmícios), restrições quanto a outdoors e tamanho de placas e, atualmente, através da Lei 12.891 de 12/12/13, foi trazido novas restrições quanto ao tamanho de adesivos, sonorização (circulação de carros de som e comícios), proibição de envelopamento de veículos, fixação do prazo para substituição de candidatos tanto na majoritária quanto na proporcional entre outras alterações. Considerando que a propaganda eleitoral a cada período de dois anos e vem sofrendo ajustes e estreitamentos em sua aplicação prática para cada eleição, ora em eleições municipais, ora em eleições estaduais/federais, tornando cada vez mais complexa a fiscalização das eleições. Pretendemos também, abordar algumas decisões de juízes eleitorais, de algumas zonas Eleitorais do Paraná, relativas à propaganda, quanto ao poder de Policia por abuso dos candidatos e foram necessárias a restrições quanto à propaganda.

Palavras-chave: Propaganda eleitoral; Lei 12.891/2013; eleições;

---

<sup>1</sup> Graduado em Direito pela Instituição Pontifícia Universidade Católica do Paraná, ano de 1999. Especialista na Lei Complementar 101/2000, Lei de Responsabilidade Fiscal pela UNIBRASIL ano 2001; Artigo apresentado como requisito para conclusão do Curso de Preparação à Magistratura do Paraná em 2014.

## 1- INTRODUÇÃO

O Tribunal Superior Eleitoral conceitua a propaganda eleitoral como a prática do candidato induzir o eleitor a concluir ser ele, o candidato, o mais apto ao exercício da função pública, senão vejamos:

“[...]. Entende-se como ato de propaganda eleitoral aquele que leva ao conhecimento geral, ainda que de forma dissimulada, a candidatura, mesmo que apenas postulada, a ação política que se pretende desenvolver ou razões que induzam a concluir que o beneficiário é o mais apto ao exercício de função pública. Sem tais características, poderá haver mera promoção pessoal, apta, em determinadas circunstâncias a configurar abuso de poder econômico, mas não propaganda eleitoral. [...]” (TSE - Ac. nº 16.183, de 17.2.2000, rel. Min. Eduardo Alckmin; no mesmo sentido Ac. de 27.2.2007 no ARESPE nº 26.202, rel. Min. Gerardo Grossi; o Ac. de 28.11.2006 no ARESPE nº 26.196, rel. Min. Gerardo Grossi; o Ac. nº 15.732, de 15.4.99, rel. Min. Eduardo Alckmin; e o Ac. nº 16.426, de 28.11.2000, rel. Min. Fernando Neves.) – grifos nosso.

Na mesma esteira, Fávila Ribeiro<sup>2</sup>, conceitua a propaganda como um conjunto de técnicas tendentes a sugestionar o eleitor a tomar uma decisão.

No Direito Eleitoral a Propaganda é gênero que se divide em espécies, sendo estas:

- a) Propaganda institucional;
- b) Propaganda partidária;
- c) Propaganda intrapartidária;
- d) Propaganda eleitoral.

Estaremos abordando especificamente a espécie propaganda eleitorais, de forma objetiva, pois, o artigo 36 da Lei 9504/97, delimita como período da propaganda eleitoral permitindo somente entre 05 de junho do ano da eleição e a

---

<sup>2</sup> RIBEIRO, Fávila. Direito eleitoral, p.379, citado em ALMEIDA, Roberto Moreira. Curso de Direito Eleitoral, 3ª Ed, Salvador: Juspodvum, 2010

véspera do dia da eleição. Fora do referido período, não é permitido propaganda eleitoral, o que ocasionará sanções a quem praticar. Vejamos o artigo de Lei:

“Art. 36. A propaganda eleitoral somente é permitida após o dia 5 de julho do ano da eleição.

§ 1º Ao postulante a candidatura a cargo eletivo é permitida a realização, na quinzena anterior à escolha pelo partido, de propaganda intrapartidária com vistas à indicação de seu nome, vedado o uso de rádio, televisão e outdoor;

§ 2º No segundo semestre do ano da eleição, não será veiculada a propaganda partidária gratuita prevista em Lei nem permitido qualquer tipo de propaganda política paga no rádio e na televisão;

§ 3º A violação do disposto neste artigo neste artigo sujeitará o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado o seu prévio conhecimento, o beneficiário à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), ou ao equivalente ao custo da propaganda, se este for maior.

§ 4º Na propaganda dos candidatos a cargo majoritário, deverão constar, também, o nome dos candidatos a vice ou a suplentes de Senador, de modo claro e legível, em tamanho não inferior a 10% (dez por cento) do nome do titular.

§ 5º A comprovação do cumprimento das determinações da Justiça Eleitoral relacionadas à propaganda realizada em desconformidade com o disposto nesta Lei poderá ser apresentada no Tribunal Superior Eleitoral, no caso de candidatos a Presidente e Vice-Presidente da República, nas sedes dos respectivos Tribunais Regionais Eleitorais, no caso de candidatos a Governador, Vice-Governador, Deputado Federal, Senador da República, Deputado Estadual e Distrital, e, no Juízo Eleitoral, na hipótese de candidato a Prefeito, Vice-Prefeito e Vereador.”

A regência da Propaganda Eleitoral está submetida a princípios legais, que regulamentam sua aplicabilidade e devem ser respeitados os quais passamos a descrever:

1- **Princípio da Legalidade** - a legislação deve ser rigorosamente respeitada, não podendo ocorrer desvios, conforme previsão do artigo 36 da Lei 9504/97, Resolução 23.404/2014 do Tribunal Superior Eleitoral, devendo ocorrer o estrito respeito para aplicabilidade das normas pertinentes;

2- **Princípio da Liberdade ou da Disponibilidade**, a Propaganda poderá ocorrer por qualquer meio ou forma desde que seja lícito;

3- **Princípio da Responsabilidade** – os candidatos deverão atuar de forma responsável, se assim não agir poderá ser responsabilizado objetivamente tanto o candidato, o partido político/coligação e até terceiros. Com aplicação de multas, perda de cargo público, inelegibilidade e outras penalidades dependendo da gravidade da infração cometida. Neste tópico podemos trazer a alteração ocorrida com a vigência da Lei 12.891/2013, que inseriu no artigo 6º da Lei 9.504/97, o parágrafo 5º<sup>3</sup>, trazendo a solidariedade da responsabilidade da multa entre candidato e partido, excluindo-se os demais partidos da Coligação;

4- **Princípio da Igualdade** – todos os candidatos estão sujeitos as mesmas regras estabelecidas ao pleito, não podendo em nenhum momento serem ultrapassadas as normas estabelecidas, sob pena de se beneficiar um candidato em detrimento de outro;

5- **Princípio do Controle Judicial da Propaganda** – toda propaganda deverá ser submetida ao controle do Poder Judiciário, que poderá atuar de ofício ou mediante impulso;

6- **Princípio da Anualidade** – toda Lei aplicável a uma eleição deverá ser publicada e sancionada no mínimo 1 (um) ano antes do Pleito, sob pena de não ter vigência para aquela eleição;

7- **Princípio da Identificação** – toda propaganda eleitoral deve obrigatoriamente identificar a legenda partidária (partido ou coligação), CNPJ do candidato e do fabricante da propaganda;

Desta forma, a propoganda submete-se a ordem jurídica eleitoral determinada, cuja base pauta os princípios do Estado Democrático de Direito.

---

<sup>3</sup> § 5º\_A responsabilidade pelo pagamento de multas decorrentes de propaganda eleitoral é solidária entre os candidatos e os respectivos partidos, não alcançando outros partidos mesmo quando integrantes de uma mesma coligação.”

## 2- DA PROPAGANDA ELEITORAL

A eleição é a maior preocupação da Justiça Eleitoral, afinal é sempre pensado com antecedência pelo Tribunal Superior Eleitoral que amplamente discute e se preocupa com a norma para ocorrência de um pleito eleitoral sem vícios.

Tanto que as publicações de Instruções e Resoluções pelo TSE ocorrem com antecedência das eleições, objetivando a amplitude do respeito à normativa que se aplicará na eleição vindoura.

As instruções são utilizadas pelo TSE para tratar de matérias de sua competência, no desempenho de sua função normativa. Já as Resoluções, são respostas às consultas que são formuladas por autoridade pública ou pelos partidos políticos.<sup>4</sup>

A discussão e interpretação da norma se dão através de audiências públicas, em debates que tratam da aplicação da legislação eleitoral, tudo em razão de grande movimentação processual do período através de representações eleitorais, denúncias por irregularidades, transgressões administrativas e penais, ocorridas ou por falta de conhecimento da legislação eleitoral, ou intencionalmente praticadas pelos atores do processo democrático.

Alguns doutrinadores falam em aprimoramento da legislação eleitoral, outros em restrição da norma, mas comungo da fala do Dr. Carlos da Costa Pinto Neves Filho, representante da OAB na audiência pública de discussão para formalização da Resolução 23404/2013-TSE (Regulamenta a Propaganda Eleitoral nas eleições de 2014), conforme as notas da degravação da 2º audiência pública de 8 de novembro de 2013, no Tribunal Superior Eleitoral, que traz:

“...Tem sido uma tônica do Conselho Federal que a **propaganda eleitoral faz parte do conceito de liberdade de expressão, por isso deve ser preservada**, e o Estado, **cada vez mais, tem de permitir essa liberdade**.

Não é contramão, pelo contrário, coaduna-se com o que a Justiça Eleitoral tem feito, recentemente, reconhecendo a liberdade nos meios de comunicação, principalmente, nas redes sociais. O avanço que a Casa tem feito nesse sentido tem a ver com o avanço que a OAB prega em seu Conselho Federal e, mais ainda, nas reformas que ela busca por meio do

---

<sup>4</sup> Pinto, Djalma, Direito Eleitoral – Improbidade administrativa e responsabilidade Fiscal – Noções Gerais, Editora Jurídico Atlas – 4º edição - Ano 2008, pág 22.



Legislativo, retirando as restrições tão comuns na propaganda eleitoral, por entender que, por ser uma liberdade de expressão, o Estado deve deixar fluir as informações. ...” (grifos meu)

## 2.1- DO PODER DE POLÍCIA DO JUIZ NA FISCALIZAÇÃO DA PROPAGANDA ELEITORAL

O Poder de Polícia está adstrito ao ordenamento jurídico, sujeitando os atos ao controle de legalidade das atividades administrativas por parte do Poder Judiciário.

Como representante do Poder Judiciário, ao Juiz eleitoral caberá a política de controle dos atos eleitorais como instrumento para fiscalização, controle e coibir irregularidades cometidas quanto à propaganda eleitoral, conforme estabelecido pelo Código eleitoral em seu artigo 249, que traz:

**“Art. 249. O direito de propaganda não importa restrição ao poder de polícia quando este deva ser exercido em benefício da ordem pública.”**

A legislação eleitoral estabelece que os juízes eleitorais tenham competência exclusiva para exercer o poder de polícia quanto à propaganda eleitoral, conforme estabelecido nos artigos 36 e seguintes da Lei 9504/97.

O TSE também tem pacificado o Poder de Polícia pelos Juízes Eleitorais, senão vejamos:

“[...] Aos juízes eleitorais, nos termos do artigo 41, §§ 1º e 2º, da Lei nº 9.504/97, compete exercer o poder de polícia sobre a propaganda eleitoral, não lhes assiste, porém, legitimidade para instaurar portaria que comina pena por desobediência a essa Lei. [...]” (Ac. de 10.4.2012 no RMS nº 154104, rel. Min. Gilson Dipp.)

“Petição. Eleições 2004. Direito autoral. Violação. Competência. Indeferimento. A fiscalização da propaganda eleitoral é da competência do juiz eleitoral, a quem devem ser dirigidos requerimentos para fazer cessar quaisquer irregularidades praticadas durante aquela. Qualquer dano ao direito autoral, em decorrência da propaganda eleitoral, deverá ser pleiteado na

Justiça Comum.” (Res. nº 21.978, de 3.2.2005, rel. Min. Humberto Gomes de Barros.)

Porém, o Juiz deverá ser provocado por quem tem legitimidade para que possa atuar e impor o Poder de Polícia quanto a irregularidades eleitorais e de propaganda eleitoral, senão vejamos:

“[...]. O poder de polícia em que se investe o juiz eleitoral não lhe dá legitimidade para instaurar, de ofício, procedimento judicial por veiculação de propaganda eleitoral em desacordo com a Lei nº 9.504/97 (súmula - TSE, Verbete nº 18). [...]” *NE: Confecção, armazenamento e distribuição de propaganda eleitoral por pré-candidato a prefeito. (Ac. nº 4.632, de 1º.6.2004, rel. Min. Luiz Carlos Madeira.)*

Todavia, poderá ser de ofício quando o ato do Juiz não implicar sanção, verificando haver perigo de dano ao poder público, não haverá necessidade de provocação, sem infringir o Princípio da Imparcialidade, ou seja, não haverá qualquer ilegalidade, senão vejamos o posicionamento do TSE:

EMENTA: RECURSO EM MANDADO DE SEGURANÇA - AFIXAÇÃO DE PLACAS EM PASSARELAS E VIADUTOS - MINIDOOOR – DETERMINAÇÃO PARA RETIRADA - COORDENAÇÃO DE FISCALIZAÇÃO DA PROPAGANDA ELEITORAL - POSSIBILIDADE. 1. Não viola o art. 17, § 1º, da Res./TSE nº 20.951 a determinação de retirada de propaganda eleitoral pela Coordenação de Fiscalização da Propaganda Eleitoral, se não existe aplicação da sanção.

**2. O poder de polícia, que não depende de provocação, deve ser exercido quando o juiz eleitoral considerar haver irregularidade, perigo de dano ao bem público ou ao bom andamento do tráfego.**

3. A regularidade da propaganda não pode ser examinada em sede de mandado de segurança, por demandar produção e exame de provas. (TSE – RMS – Recurso em Mandado de Segurança n. 242 – Belo Horizonte MG - Relator Min. Fernando Neves da Silva – Publicado no DJ, Volume 1, em 13/12/2002) (grifos meu)

Na eleição de 2014, existiram várias atuações coibindo abuso pelos candidatos na instalação de Cavaletes de Propaganda Eleitoral, os Juízes das cidades de Colombo, Matelândia, Paranaguá Ponta Grossa, manifestaram-se objetivando coibir a irregularidade da instalação dos cavaletes, senão vejamos:

- **Colombo**

**Decido.**

De acordo com o Provimento nº 02/2014 da Corregedoria Regional Eleitoral incumbe aos Juízes Eleitorais o exercício do poder de polícia com relação às eleições gerais de 2014.

Em se tratando de propaganda eleitoral mediante a colocação de cavaletes e cartazes ou banners, dispõe o artigo 11 da Resolução nº 23.404/2014- TSE:

"Art. 11. Nos bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do poder público, ou que a eles pertençam, e nos de uso comum, inclusive postes de iluminação pública e sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus e outros equipamentos urbanos, é vedada a veiculação de propaganda de qualquer natureza, inclusive pichação, inscrição a tinta, fixação de placas, estandartes, faixas e semelhantes (Lei nº 9.504/97, art. 37, caput).

(...)

§ 4º É permitida a colocação de cavaletes, bonecos, cartazes, mesas para distribuição de material de campanha e bandeiras ao longo das vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos (Lei nº 9.504/97, art. 37, § 6º).

(...)." - g.n.

Da análise do termo de constatação e fotografias anexas, observa-se que a propaganda eleitoral mediante a colocação de cavaletes dos candidatos identificados no referido termo, nos canteiros centrais, laterais, travos e contornos de Rodovia da Uva e da Estrada da Ribeira, está irregular, haja vista que está atrapalhando o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos, prejudicando a visibilidade dos motoristas e colocando em risco a segurança das pessoas que por

ali trafegam, pois muitos cavaletes estão sendo arremessados no curso da rodovia e lá ficam abandonados.

Diante da constatação de propaganda eleitoral irregular, determino as seguintes providências:

1- Com base no artigo 6º do provimento nº 02/2014- TRE/PR e sob pena sob pena de responsabilização nos termos do artigo 74, § 1º, da Resolução nº 23.404/2014 TSE, determino:

a) a intimação dos candidatos MARA LIMA (45123), REQUIÃO (15), PROF.º MARISSOL (27277), ZÉ VICENTE (43133), PELÉ (1445), WALDIRLEI (77333), NELSON JUSTUS (25111), DUCCI (4040), JOEL CORDEIRO (55055), J CAMARGO (20001), ROSÉ CAVALI (12456), EVANDRO ROMAN (5533), BERTOLDI (2523), BAKA (1234), ANDRÉ ZACHAROW, TAKAYAMA (2014), NELSON PADOVANI (2030), TONINHO (1345), ROCHA LOURES (1505), DILMA (13), ALISSON (13455), MARCELO (151), RATINHO (7788), RATINHO (20123), BETO RICHÁ (45), MICHELI MOCELIN, GLEISI (13), KELLY (31333), RUBENS BUENO (2300), ALEX MIDEMBERG (23300), JOÃO NORBERTO (13133), MAURO MORAES (49655), DENILSON PESTANA (1312), TÂNIA GUERREIRO (20010), NEY LEPREVOST (55669), PEDRO GUERRA (555), RASCA (43123), CACA PEREIRA (27970), FRANCISCHINI (7777), FELIPE FRANCHISCHINI (77777), ARI NOMAX (33123), DELEGADO GASTÃO (2233), TADEU VENERI (13131), SERGIO SOUZA (1512), ROSSONI (4545), ROBERTO ACIOLI (43190), CRISTIANO SANTOS (4333), GUTO SILVA (20222), ALFREDO KAEFER (4566), ROGERIO CADEIRINHA (3323), VIOLA (4300) e LEANDRE (4300) para, no prazo de

**48 horas, promoverem a retirada dos cavaletes indicados no termo de constatação de fls. 05.**

2- Decorrido o prazo sem manifestação, promove-se nova diligência, certificando-se se a propaganda foi regularizada ou suspensa (artigo 7º, *caput*, do Provimento nº 02/2014 – TRE/PR), elaborando-se o respectivo termo.

3- Caso não sejam regularizados ou retirados ou, ainda, em sendo constatados novos cavaletes em desacordo com o local permitido ou que estejam prejudicando o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos, por se tratar de fato objetivo que independe de análise judicial, **de ofício, desde já, a retirada de todos os cavaletes nessas condições, quer se tratem dos candidatos mencionados nestes autos ou não (artigo 7º, parágrafo único, do Provimento nº 02/2014 – TRE/PR).**

4- Por fim, vista ao Ministério Público Eleitoral para as providências que entender necessárias, na forma do artigo 8º do Provimento nº 02/2014 – TRE/PR.

Intimem-se. Diligências necessárias.

Colombo, 25 de setembro de 2014.

Fernanda Travaglia de Macedo

Juiza Eleitoral

## Matelândia

11ª Zona Eleitoral  
Matelândia - PR

Prot. SADPWEB nº 56600/2014

Data: 18/09/14 Hora: 14:09

Distribua-se, registre-se e autue-se.

Servidor \_\_\_\_\_

Decisão

Assinatura: M

A propaganda eleitoral não conta com definição legal. Todavia, é indiscutível que se refere à "propaganda em que partidos políticos e candidatos divulgam, por meio de mensagens dirigidas aos eleitores, suas candidaturas E PROPOSTAS POLÍTICAS, a fim de se mostrarem os MAIS APTOS A ASSUMIR OS CARGOS ELETIVOS QUE DISPUTAM, conquistando, assim, o voto dos eleitores".

Não é, portanto, um simples chamariz, independente do meio que se utilize (placas, adesivos, cavaletes...), em que se usam fotos e dizeres coloridos. O Legislativo e o Executivo não são locais em que se trabalha por meio de boas aparências físicas ou bem desenhadas imagens, com marcas e slogans. Podem, eventualmente, ser usados acessoriamente, mas nunca como foco principal.

Em complemento, o Poder Público tem inegável parcela de responsabilidade no que se refere à realização dos objetivos da República (art. 3º da CF). A construção de uma sociedade livre, justa e solidária, o desenvolvimento nacional, a erradicação da pobreza e da marginalização, reduzindo-se as desigualdades sociais e regionais, e a promoção do bem de todos, sem quaisquer tipos de discriminações, entretanto, não são alcançadas com frases de efeito ou imagens vazias. Reclamam, sim, planejamento bem traçado, equipe competente, estudos específicos e congêneres.

Logo, não tem sentido que, para se almejar um cargo eletivo, utilizem-se, como únicos argumentos, fotografias bem produzidas e pronunciamentos abstratos.

É dessa forma que se deve interpretar toda a Lei nº 9.504/1997, mais especificamente na parcela em que trata da propaganda eleitoral.

Em outras palavras, de maneira sintética, ou o material de campanha serve a esclarecer o eleitor acerca do que pretende o candidato e, sobretudo, de que maneira colocará em prática suas ambições ou, por flagrante inconstitucionalidade, será indevido.

Sob esse aspecto, na última sexta-feira (12.09.2014), em visita aos 4 (quatro) municípios que compõem a 11ª Zona Eleitoral, percebeu-se que, em absoluto, nenhuma propaganda existente em via pública ou em locais particulares (placas e cavaletes) atende àquilo que a Constituição determina.

As fotografias em anexo, extraídas apenas exemplificativamente no dia de hoje, no município de Matelândia, bem retratam essa realidade.

Nesse ponto, registra-se, ainda, que mencionar, de maneira aleatória, palavras-chave, usadas por todos os candidatos indistintamente ("saúde, educação, segurança pública...), não retira o caráter inconstitucional do material. A Constituição exige especificidade/seriedade diversa.

Não fosse assim - se inconstitucional não fosse o material de campanha -, verificou-se, na mesma visita aos municípios, que a quase totalidade dos cavaletes ocupam "jardins localizados em área pública". Ficam nos espaços que separam as vias, mantidos pelo Poder Público, onde há árvores, flores ou equivalentes.

Assim, desrespeitam, frontalmente, o contido no art. 37, § 5º, da Lei nº 9.504/1997, que veda essa prática.

<sup>1</sup> Definição extraída do endereço eletrônico que segue, acessado hoje, às 16:08 horas (sem destaques no original): <http://www.tse.jus.br/institucional/escola-judiciaria-eleitoral/revistas-da-eje/artigos/propaganda-politico-eleitoral>

Ademais, dada a quantidade e o tamanho dos cavaletes, fato é que, além da poluição visual, que suja toda a cidade, a maneira como foram dispostos, todos embaralhados, não permite que se visualizem, perfeitamente, pedestres, veículos que vem em sentido contrário ou de via perpendicular ou mesmo a sinalização de trânsito.

Em Vera Cruz do Oeste o problema é maior (vide, por exemplo, a Avenida Pedro Álvares Cabral), mas persiste em todos os municípios da Zona Eleitoral (a esse propósito, veja-se, em anexo, reclamação feita por município de Matelândia).

Em outra perspectiva, individualizou-se, também, que os cavaletes que não estavam em jardins públicos obstruíam a passagem de pedestres nas calçadas. A maioria desses locais - senão todos eles -, nos municípios desta Zona Eleitoral, é estreito e, desse modo, não comporta os cavaletes sem prejuízo à passagem das pessoas.

Dessa forma, com base no art. 41, § 1º, da Lei nº 9.504/1997, DETERMINA-SE a notificação dos partidos, coligações e candidatos para que, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, RETIREM TODOS os cavaletes e placas de qualquer natureza, em local público ou privado, que não atendaM à exigência constitucional.

Eventual recalcitrância na observância desta ordem renderá ao infrator multa de R\$ 2.000,00 (dois mil reais) por placa ou cavalete (art. 37, § 1º, da Lei nº 9.605/1997), sem prejuízo da configuração do crime de desobediência.

Escoado o prazo de 24 (vinte e quatro) horas, adote a Secretaria as providências para dar cumprimento, por meios próprios, à presente decisão, requisitando-se às prefeituras locais, se necessário for, recursos humanos e materiais - o que, igualmente, não dispensará os infratores de arcar com os custos da diligência.

Matelândia, 17 de setembro de 2014.

Thiago Flores Carvalho  
Juiz Eleitoral

- **Paranaguá**

158ª ZONA ELEITORAL – PARANAGUÁ - PR

**Protocolo nº 58156/2014  
DESPACHO**

**Vistos etc.**

1. Considerando que a denúncia apresentada evidencia indícios de irregularidade consistente na prática de propaganda irregular, em afronta ao artigo 37, § 4º, da Lei nº 9.504/97 e artigo 11, § 2º, da Resolução nº 23.404 do Tribunal Superior Eleitoral, nos termos do artigo 5º, § 1º, do Provimento nº 02/2014-CRE/PR, determino à Secretaria a adoção de diligências para identificação de possíveis irregularidades na propaganda eleitoral de vários candidatos na Praça Ciro Abalem, localizada na Ilha dos Valadares, nesta cidade.
2. Designo para atuar como fiscal de propaganda o servidor Evaldo Moreira Pinto Junior, Técnico Judiciário, matrícula 4.717. Certifique-se o ocorrido.
3. Solicite-se viatura da Polícia Militar para conduzir e acompanhar o servidor na fiscalização da propaganda.
4. Constatada a irregularidade, promova-se a lavratura do termo de constatação.
5. Previamente, **DETERMINO** a imediata ciência aos partidos e coligações da denúncia e desta determinação, anexando-se cópia.
6. Ciência ao Ministério Público Eleitoral.
7. Cumpridas as determinações, retornem conclusos.
8. Adotem-se as providências necessárias.

Paranaguá, 23 de setembro de 2014.

**MÉRCIA DO NASCIMENTO FRANCHI**  
Juíza da 158ª Zona Eleitoral

## Ponta Grossa

Petição 14-14.2014.6:16.0139

Ciente o M.P.E. das medidas já adotadas pelo cartório eleitoral, e em razão de vistoria pessoal realizada pelo Promotor Eleitoral vinculado a esta Zona Eleitoral, requer a intimação de todos os candidatos para a regularização das situações apontadas e a retirada da propaganda que porventura permaneça irregular após a intimação.

Assim sendo, a fim de cessar imediatamente e de forma eficiente a propaganda eleitoral irregular nas ruas, praças, árvores e jardins, nos termos da manifestação do Ministério Público Eleitoral de fls. 75-76, determino:

- A intimação de todas as coligações, para que retirem toda propaganda irregular (cavaletes, lixeiras com adesivos, cartazes, estandartes, faixas e assemelhados) das praças, árvores e jardins públicos, e em calçadas onde estejam atrapalhando o trânsito de pessoas e veículos, no prazo de 48 horas, nos termos do art. 11, §1º da Resolução 23.404;

- Esgotado o prazo referido, que seja retirada e recolhida pelos funcionários do cartório eleitoral, nos termos do art. 7º, parágrafo único do Provimento 02/2014 CRE/PR, toda a propaganda irregular remanescente nestes locais, com diligências a serem realizadas pelo menos a cada dois dias, diante da proximidade do pleito.

D.N.

Ponta Grossa, 25 de setembro de 2014.

André Luiz Schafranski  
Juiz Eleitoral

Desta forma, identifica-se a possibilidade de atuação dos Juízes Eleitorais legitimados a quanto ao Poder de Polícia em caso de abuso nas propagandas eleitorais, não havendo necessidades de Provocação para atuar, mas o Poder de Polícia como meio de sanar irregularidades coibindo abusos e resguardando a ordem e o interesse público nas eleições.

### 2.1.1 - DA POSSIBILIDADE DE INELEGIBILIDADE POR ABUSO DA PROPAGANDA ELEITORAL

Como demonstrado anteriormente, e conforme se verificou nas eleições de 2014, ocorreram diversos abusos por parte de candidatos, principalmente quanto aos cavaletes, conforme demonstramos nas cidades de Colombo, Ponta Grossa Matelândia, Paranaguá e outras mais.

Não podemos duvidar que a utilização de propaganda eleitoral indiscriminada e de forma abusiva pode gerar um desequilíbrio entre os candidatos,

o que poderá causar a inelegibilidade do candidato por abuso do poder econômico ou político, ou seja, poderá ocorrer a cassação do registro de candidatura, conforme estabelecido no Artigo 1º, I, d<sup>5</sup>, Artigo 19<sup>6</sup> e Artigo 22, XIV<sup>7</sup> todos da Lei Complementar 64/90.

A Constituição Federal, em seu Artigo 14, § 9º, protege a necessidade de proteção do pleito eleitoral contra abusos por influência por abuso do poder econômico senão vejamos:

§ 9º Lei complementar estabelecerá outros casos de inelegibilidade e os prazos de sua cessação, a fim de proteger a probidade administrativa, a moralidade para o exercício do mandato, considerada a vida pregressa do candidato, e a normalidade e legitimidade das eleições contra a influência do poder econômico ou o abuso do exercício de função, cargo ou emprego na administração direta ou indireta.

Senão vejamos o entendimento jurisprudencial:

“Abuso do poder econômico. Inelegibilidade, tratando-se de práticas ilegais, configuradoras de abuso do poder econômico, hábeis a promover um desequilíbrio na disputa política, não é de exigir-se o nexo de causalidade

---

<sup>5</sup> Art. 1º São inelegíveis:

I - para qualquer cargo:

d) os que tenham contra sua pessoa representação julgada procedente pela Justiça Eleitoral, em decisão transitada em julgado ou proferida por órgão colegiado, em processo de apuração de abuso do poder econômico ou político, para a eleição na qual concorrem ou tenham sido diplomados, bem como para as que se realizarem nos 8 (oito) anos seguintes;

<sup>6</sup> Art. 19. As transgressões pertinentes à origem de valores pecuniários, abuso do poder econômico ou político, em detrimento da liberdade de voto, serão apuradas mediante investigações jurisdicionais realizadas pelo Corregedor-Geral e Corregedores Regionais Eleitorais.

Parágrafo único. A apuração e a punição das transgressões mencionadas no caput deste artigo terão o objetivo de proteger a normalidade e legitimidade das eleições contra a influência do poder econômico ou do abuso do exercício de função, cargo ou emprego na administração direta, indireta e fundacional da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

<sup>7</sup> Art. 22. Qualquer partido político, coligação, candidato ou Ministério Público Eleitoral poderá representar à Justiça Eleitoral, diretamente ao Corregedor-Geral ou Regional, relatando fatos e indicando provas, indícios e circunstâncias e pedir abertura de investigação judicial para apurar uso indevido, desvio ou abuso do poder econômico ou do poder de autoridade, ou utilização indevida de veículos ou meios de comunicação social, em benefício de candidato ou de partido político, obedecido o seguinte rito: XIV – julgada procedente a representação, ainda que após a proclamação dos eleitos, o Tribunal declarará a inelegibilidade do representado e de quantos hajam contribuído para a prática do ato, cominando-lhes sanção de inelegibilidade para as eleições a se realizarem nos 8 (oito) anos subseqüentes à eleição em que se verificou, além da cassação do registro ou diploma do candidato diretamente beneficiado pela interferência do poder econômico ou pelo desvio ou abuso do poder de autoridade ou dos meios de comunicação, determinando a remessa dos autos ao Ministério Público Eleitoral, para instauração de processo disciplinar, se for o caso, e de ação penal, ordenando quaisquer outras providências que a espécie comportar;



considerados os resultados do pleito (Recursos Especiais 12.282, 12.394, 12.577). (TSE – Ac. 11.469- Rel. Min. Costa Leite – j. em 21.05.1996)”

A potencialidade do abuso é defendida tanto pela doutrina quanto pela jurisprudência, quando se verifica que ocorreu uma modificação eventual do resultado pleito para ocorrência da causa de Inelegibilidade. A conduta em razão das eleições e a capacidade de influencia pelo abuso são suficientes para caracterização da inelegibilidade, conforme reconhecido pelo TSE, senão vejamos:

“Abuso do Poder Econômico. Inexigível se demonstre a existência da relação de causa e efeito entre a prática tida como abusiva e o resultado das eleições. Necessários, entretanto, se possa vislumbrar a potencialidade para tanto. (TSE – Ac. 15.161 0 Rel. Min. Eduardo Ribeiro – j. em 16/04/1998)”

Desta feita, comprovando-se o abuso na propaganda eleitoral, através da potencialidade de desequilíbrio, e se comprovando resultado poderá ser afetado, estará configurado o abuso e a possibilidade jurídica de se requerer a declaração de inelegibilidade.

## **2.2 - DA LEI 12.891/2013**

A Lei 12.891/2013, foi publicada em 11 de dezembro de 2013, conhecida também como mini reforma eleitoral, estando vigente tão somente para as eleições de 2016, em razão do Princípio da Anualidade, e conforme previsto no Art. 16<sup>8</sup> da Constituição Federal, bem como, da decisão do TSE na consulta n° 100075.2013.600.0000, em que o Ministro Relator João Otávio de Noronha, acompanhado por maioria dos ministros, reconhece que só será válida para as eleições de 2016.

Referida legislação trouxe mudanças para a propaganda eleitoral, prestações de contas, crimes eleitorais, contratação de cabos eleitorais dentre outras, objetivando a redução do impacto e influencia econômico nas eleições.

Relacionado à propaganda eleitoral, tivemos algumas alterações significativas, inicialmente a inclusão do art. 100A à Lei 9504/97, estabelecendo

---

<sup>8</sup> Art 16 A Lei que alterar o processo eleitoral entrará em vigor na data de sua publicação, não se aplicando à eleição que ocorra até um ano da data de sua vigência.

percentual para contratação de eleitores para militância nas eleições, para cidades com até 30.000 eleitores a possibilidade de contratação até 1% (um por cento) do eleitorado, e nas cidades com eleitores acima do quantitativo anterior, poderá ter contratação de 1 (uma) pessoa a cada 1.000 que exceder 30.000 eleitores. Tal objetivo é, novamente, a não ocorrência de abuso do poder econômico no pleito.

A legislação também prevê a possibilidade de contratação, pelos candidatos/partidos ou coligações, de 2 fiscais para cada seção eleitoral no dia da eleição, objetivando a fiscalização da votação, coma a inclusão do § 4º ao artigo 65 da Lei 9.504/07.

A nova legislação também estabeleceu o máximo de pressão sonora (decibéis) para carros de som, minitrio, conforme inclusão dos §§ 11 e 12 ao artigo 39 da referida Lei 9504/07, tais fatores foram incluídos objetivando a menor interferência dos referidos veículos no cotidiano da população, referidos veículos são considerados um problema, em razão das reclamações relativo ao volume da sonorização.

Restringiu-se o envelopamento de veículos, ou seja, excesso de adesivos nos carros, caminhões, caminhonetes e outros veículos, sendo permitido agora tão somente adesivos de 50x40 cm e o adesivo micro perfurado no vidro traseiro, tal restrição ocorreu através da inclusão dos parágrafos 3º e 4º ao Artigo 38 da respectiva Lei.

Ocorreu ainda, a capitulação de crime eleitoral a contratação (direta ou indireta) de grupos de pessoas com finalidade emitir mensagens ou comentários para ofensa da honra ou denegrir candidatos, partidos ou coligações, em redes sociais, objetivando a não criação de grupos virtuais, com a inclusão do §§ 1º e 2º ao artigo 57H da Lei 9504/97.

Observe que ocorreram, em grande maioria, restrições a forma de campanha, estabelecendo rigidez nas formas de propagandas, porém, em outros planos ocorreram significativas e valorosas alterações em benefícios de candidatos e/ou partidos e coligações, como por exemplo, a possibilidade de parcelamento de dívidas relativa a multas em até 60 vezes e desde que não ultrapasse 10% da renda do candidato, conforme inclusão do Inciso III ao § 8º do Artigo 11 da Lei 9.504.

A fiscalização deverá ser ainda mais eficaz mais técnica o que causa o ônus maior ao Poder Judiciário, com a necessidade de fiscalizações técnicas e eficaz quanto ao controle da propaganda eleitoral.

### 3- CONCLUSÃO

A propaganda eleitoral deve ser mais debatida, afinal, a cada eleição tem sido regulamentada e restringida sua aplicabilidade, sob o argumento da igualdade de concorrência entre os candidatos.

Tratar de igualdade sobre propaganda eleitoral é um tema relativo, pois muitos candidatos por serem políticos de longo tempo, por serem artistas, esportistas consagrados, são candidatos que já desequilibram o pleito em razão de suas atuações anteriores a referida candidatura.

Devemos sim ter uma maior liberdade relacionado às propagandas eleitorais, e sim se estabelecer um custo máximo a serem aplicadas as propagandas eleitorais, fixado pela Justiça Eleitoral, e tornaria mais igualitária a gasto da Eleição.

Quanto à forma de divulgação, não haveria necessidade de limitação e, pois, quanto mais se limita a Propaganda, maior é o ônus da Justiça eleitoral com o custeio da fiscalização eleitoral.

A propaganda Eleitoral ficaria a cargo da criatividade de cada candidato, porém dentro de um patamar financeiro pré-estabelecido e igual para todos. Por mais que atualmente exista a fixação de gastos eleitorais, a atual fixação é realizada pelos partidos políticos ou coligações, diferenciando de partido a partido, em razão dos candidatos de maior visibilidade e que tem maior condição de arrecadação.

Finalmente quanto aos abusos dos candidatos relativo à propaganda, a legislação já esta rígida o suficiente, não havendo mais necessidade de alterações relacionadas à Propaganda Eleitoral, mas da possibilidade de controles financeiros que coibiriam abusos pelos candidatos.

## REFERÊNCIAS

- BOTALLO, Eduardo Domingos. DAL POZZO, Antonio Araldo F. Lei Eleitoral Lei N. 9.504/97 Estrutura E Análise E Jurisprudência. São Paulo, 2006;
- CERQUEIRA, Thales Tacito Pontes Luz de Pádua. Preleções de Direito Eleitoral Direito material TOMOII, Rio de Janeiro, 2007;
- GOMES, Jose Jairo. Direito Eleitoral, Belo Horizonte, 2008;
- PINTO, Djalma. Direito Eleitoral Improbidades Administrativas e Responsabilidade Fiscal Noções Gerais, São Paulo 2008;
- RIBEIRO, Fávila. Direito Eleitoral, p.379, citado em ALMEIDA, Roberto Moreira. Curso de Direito Eleitoral, 3ª Ed, Salvador: Juspodvum
- SOBREIRO NETO, Arnaldo Antonio. Direito Eleitoral Teoria e Pratica. Curitiba, 2008;
- TSE – Degravação da 2º audiência Pública, Brasília, 08 de novembro de 2013;