

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

A PROPAGANDA ELEITORAL: "CORRENTE ELEITORAL INTERVENCIONISTA"

THE ELECTORAL ADVERTISING: "ELECTORAL CURRENT INTERVENTIONIST"

Leonardo Fernandes de Souza ¹

Bruno Smolarek Dias ²

SUMÁRIO: Introdução; 1 Conceitos de Propaganda Eleitoral; 2 Princípio da Liberdade da Propaganda Eleitoral; 3 Principais Alterações Legislativas na Propaganda Eleitoral de 1997 a 2015; 4 Direito a Propaganda Eleitoral; 5 Corrente Intervencionista; Considerações finais; Referências das fontes citadas

RESUMO

O presente trabalho visa analisar o atual posicionamento que a legislação eleitoral sobre propaganda eleitoral adota com as inúmeras reformas realizadas, em especial após o ano de 2006. Demonstrando a existência de uma corrente que trouxe uma maior restrição legislativa em dissonância ao princípio da liberdade da propaganda eleitoral. A metodologia utilizada foi a teórica bibliográfica.

PALAVRAS-CHAVES: Propaganda Eleitoral; Eleição; Corrente Intervencionista; Lei das Eleições

ABSTRACT

The present paper aims to analyze the current position that electoral legislation on electoral propaganda adopts with the numerous reforms carried out, especially after 2006. Demonstrating the existence of a current that brought a greater legislative restriction in dissonance to the principle of freedom of propaganda electoral. The methodology used was the bibliographic theory.

KEYWORDS: *Electoral Propaganda; Election; Interventional Current; Law of Elections*

¹ Mestrando em Direito Processual e Cidadania pela Unipar – Universidade Paranaense, Analista do TRE-PR (Tribunal Regional Eleitoral do Paraná), especializando em Direito Eleitoral e Processo Eleitoral e especialista em Direito Civil e Processo Civil. E-mail: leonardofernandesdesouza@hotmail.com

² Doutor em Ciências Jurídicas pela Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI. Mestre em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUC-PR. Professor do Programa de Mestrado em Direito Processual e Cidadania da Universidade Paranaense Unipar. E-mail: professorbruno@unipar.br

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

INTRODUÇÃO

A propaganda eleitoral tem uma força tanto para o bem quanto para o mal. "Nas mãos de ditadores, a propaganda transforma-se em perigoso instrumento de manipulação coletiva, sendo, assim fundamental para a manutenção do poder"³.

No primeiro capítulo analisa-se os conceitos de propaganda política e suas diferenciações, passando pelas cinco classificações de propaganda política: propaganda partidária, propaganda intrapartidária, propaganda institucional, propaganda antecipada e propaganda eleitoral.

No segundo capítulo é demonstrado a importância da propaganda, através do princípio da liberdade da propaganda. Sendo a proteção ao direito a propaganda indispensável para o amadurecimento da democracia.

O terceiro capítulo apresenta as alterações da legislação eleitoral sobre propaganda eleitoral (1997 a 2015), analisando os pontos que eram importantes para a legislação em cada período.

O quarto capítulo coloca a propaganda eleitoral como garantia de democracia frente a evolução do tratamento legislativo, que passa, especialmente a partir de 1997, a restringir de formas diversas o princípio da liberdade da propaganda.

O quinto capítulo busca analisar qual o efeito da intitulada "corrente eleitoral intervencionista" na propaganda eleitoral.

1 CONCEITOS DE PROPAGANDA POLÍTICA

Ao se analisar a questão etimológica da palavra propaganda chega-se a que "propaganda é gerúndio latino do verbo *propagare*, que quer dizer: propagar,

³ GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral**. 12 ed., São Paulo: Atlas, 2016, p. 464.

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

multiplicar (por reprodução ou geração, estender, difundir). Fazer propaganda é propagar idéias, crenças, princípios e doutrinas"⁴.

Propaganda pode ser conceituada como "o meio utilizado por quem tem um produto a oferecer, para influenciar pessoas a adquirir ou aceitar tal produto"⁵.

Pode-se dizer então que a propaganda está intimamente ligada com dois conceitos básicos existentes na hodierna organização social, a liberdade de pensamento e de expressão. A ideia de propaganda se coaduna de forma a possibilitar a qualquer pessoa, dentro de determinados limites e escopos, difundir opiniões e ideologias, com objetivo de argumentar com seus interlocutores.

Para estar caracterizada a propaganda, "é importante o propósito deliberado de influir na opinião ou na conduta alheia. Em não havendo esse *animus*, não se poderá cogitar de propaganda, pelo menos na seara do Direito Eleitoral"⁶.

A propaganda aplicada no Direito Eleitoral pode ser conceituada como "forma de difundir, multiplicar e alargar a atividade política desenvolvida nas campanhas."⁷, como fundamento de argumentação, influência e convencimento, ao interlocutor buscando apoio no processo de escolha política.

Apesar de comumente toda propaganda que tenha cunho político ser chamada de propaganda eleitoral a melhor doutrina traz que a propaganda política não se confunde com esta⁸, a propaganda política é gênero subdividido em cinco espécies

⁴ MUNIZ, Eloa. Publicidade e propaganda: origens históricas. **Caderno Universitário** nº 148, Ulbra, 2004, p. 5.

⁵ CONEGLIAN, Olivar. **Propaganda eleitoral**. 13a ed. Curitiba: Juruá, 2016, P. 15.

⁶ AGLANTZAKIS, Luciana Costa. O poder de polícia do magistrado na propaganda eleitoral e uma releitura da súmula 18 do tribunal superior eleitoral, **Revista Jurídica TRE-TO**. Vol. 4. n. 1, jan/ju/2010, p. 9-20, 2010, p. 16.

⁷ RAMAYANA, Marcos. **Direito Eleitoral**. 8ª Ed., ver., amp. e atual. – Rio de Janeiro: Impetus, 2008, p. 798.

⁸ ALVIM, Frederico Franco, **Manual de direito eleitoral**. Belo Horizonte: Fórum, 2012, p. 236.

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

de propaganda: Propaganda Partidária, Propaganda Intrapartidária, Propaganda Institucional, Propaganda Antecipada e Propaganda Eleitoral.

1.1 PROPAGANDA PARTIDÁRIA

A propaganda partidária têm previsão legal no artigo 17,§3º da Constituição Federal, e é regulamentada pelo artigo 45 da Lei 9.096/1995, "consiste na divulgação, sem ônus para os Partidos, mediante transmissão por rádio e televisão, de temas ligados exclusivamente aos interesses programáticos dos partidos políticos"⁹.

É a propaganda "realizada pelos partidos políticos com o fim de conquistar novos filiados, defender o seu programa, apresentar os seus líderes e contraditar oponentes."¹⁰.

Visa divulgar o partido político como uma instituição, seu programa partidário, seu estatuto, sua bandeira, os objetivos e suas posições sobre temas polêmicos ou de grande importância como economia, segurança pública, previdência social e etc.

1.2 PROPAGANDA INTRAPARTIDÁRIA

A conceituação da propaganda intrapartidária é até certo ponto fácil, pois tem na lei determinadas suas características, dentre elas seu período. Conforme o art. 36,§ 1º da Lei 9.504/1997 é permitida a propaganda intrapartidária na quinzena anterior à escolha dos candidatos pelo partido em convenção (o art. 8º da Lei 9.504/1997 determina que as convenções ocorram de 20 de julho a 5 de agosto do ano das eleições).

Esta modalidade de propaganda é realizada pelos membros do partido e não por este em específico, com vista à indicação de seu nome como candidato a

⁹ SOBREIRO NETO, Armando Antônio. **Direito Eleitoral**: teoria e prática. 4a ed. Juruá: Curitiba, 2008, p. 146.

¹⁰ REIS, Marlon. **Direito eleitoral brasileiro**. Brasília: Alumnus. 2012, p. 177

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

determinado cargo político, vedado o uso de rádio, televisão e outdoor por serem meios de comunicação de massa.

A propaganda intrapartidária "não se dirige aos eleitores em geral, senão aos filiados à agremiação que participarão da convenção de escolha dos candidatos que disputarão os cargos eletivos"¹¹.

A propaganda intrapartidária permite fixar faixas e cartazes nas proximidades da convenção, com mensagens dirigidas aos convencionais, devendo retirar as mesmas após o término da convenção¹².

1.3 PROPAGANDA INSTITUCIONAL

A publicidade institucional é conceituada pela doutrina como sendo, "aquela autorizada por agente público, custeada por recursos dos entes da administração direta e indireta e destinada a divulgar, em caráter informativo e educativo [...]"¹³.

Esse tipo de propaganda tem como objetivo a propagação dos interesses da Instituição gerida por cargos políticos eletivos, e não daqueles que exercem os cargos, nem mesmo de seus partidos ou ideologias.

Em vários momentos houve intervenções judiciais para controlar excessos cometidos neste sentido. Havia certo oportunismo em alguns casos, em que se vinculava a divulgação da Instituição com a pessoa de seu gestor ou administrador.

A jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral TSE, traz na análise do caso concreto de propaganda institucional, o embate de dois importantes conceitos, a "necessidade pública" versus a "autopromoção".

¹¹ GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral**. 12 ed., São Paulo: Atlas, 2016.

¹² REIS, Marlon. **Direito eleitoral brasileiro**. p. 180

¹³ PECCININ, Luiz Eduardo. Princípio da liberdade da propaganda Política, propaganda eleitoral antecipada e o artigo 36-A da Lei Eleitoral. **Paraná Eleitoral**, Curitiba, v. 2, n. 3, p. 321-344, dez. 2013, p. 329.

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

Representação. Conduta vedada. Publicidade institucional. [...] 2. Esta Corte já afirmou que não se faz necessário, para a configuração da conduta vedada prevista no art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/97, que a mensagem divulgada possua caráter eleitoreiro, bastando que tenha sido veiculada nos três meses anteriores ao pleito, excetuando-se tão somente a propaganda de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado e a grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral. [...]¹⁴.

As informações que são de interesse da comunidade se caracterizam como propaganda institucional não sofrendo as restrições de propaganda eleitoral, como demonstrado neste outro julgado do próprio Tribunal Superior Eleitoral:

[...] Afixação de uma única faixa em via pública. Alerta sobre a iminente realização de obra local. Recapeamento asfáltico. Caráter estritamente informativo. Conduta vedada. Três meses antecedentes ao pleito. Art. 73, VI, da Lei nº 9.504/97. Não configuração. Desprovisamento. 1. A mera afixação de faixa, pela Administração, em logradouro, cujo objetivo é o de alertar a comunidade sobre a iminência de obra naquele local (recapeamento asfáltico), possui caráter estritamente informativo, não sendo suficiente para caracterizar a conduta vedada pelo art. 73, VI, da Lei nº 9.504/97. 2. Entendimento diverso impediria qualquer espécie de divulgação de informação de interesse da comunidade [...]¹⁵

É tênue a linha entre "necessidade pública" e a "autopromoção", somente podendo se determinar com exatidão no caso concreto.

¹⁴ BRASIL, TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, Ac. de 20.3.2014 no AgR-AI nº 33407, rel. Min. Henrique Neves. Disponível em: <http://temasseleccionados.tse.jus.br/temas-selecionados/condutas-vedadas-a-agentes-publicos/propaganda-institucional/-%20generalidades>. Acesso em 03 de novembro 2017

¹⁵ BRASIL, TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Ac. de 5.9.2013 no AgR-REspe nº 51220, rel. Min. Luciana Lóssio. Disponível em: <http://temasseleccionados.tse.jus.br/temas-selecionados/condutas-vedadas-a-agentes-publicos/propaganda-institucional/placa-de-obra-publica>. Acesso em 03 de novembro 2017.

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

1.4 PROPAGANDA ANTECIPADA E A PROPAGANDA PRÉ-ELEITORAL

Sempre houve grande controvérsia na doutrina e na jurisprudência sobre a caracterização da propaganda antecipada¹⁶, "a dificuldade está em se definir ou determinar se uma peça de publicidade específica caracteriza, ou não, propaganda antecipada."¹⁷, razão pela qual abriu-se tópico próprio para que pudesse ser conceituada e apresentada a situação atual da propaganda pré-eleitoral.

Na propaganda antecipada "a indicação de uma candidatura para eleições futuras, a intenção de convencimento do eleitor atingido pela propaganda sempre devem estar presentes para que se configure a propaganda eleitoral antecipada."¹⁸.

Ao se analisar a literalidade do art. 36 da Lei 9.504/1997 fica determinado que a propaganda antecipada é proibida, com claras vistas de possibilitar igualdade de condições a todos aqueles que venham a participar do pleito como concorrentes.

A propaganda antecipada teve uma mudança no tratamento dado pela legislação, em um primeiro momento, anterior a 2.009, a legislação era muito mais severa, não permitindo propaganda nenhuma antes do registro de candidatura.

Em um segundo momento com a Lei 12.034 de 2009 a propaganda antecipada continuava vedada, mas a lei trazia exceções, permitindo aos pré-candidatos certas ações, conforme os incisos I a IV do então art. 36-A da Lei 9.504/97, fazendo surgir assim a propaganda pré-eleitoral:

¹⁶ ALVIM, Frederico Franco, **Manual de direito eleitoral**. p. 244.

¹⁷ CONEGLIAN, Olivar. **Eleições radiografia da lei 9.504/97**: comentários à lei 9.504/97, com as alterações promovidas pelas Leis 9.840/99, 10.408/02, 10.740/03, 11.300/06, 12.034/09, 12.350/10, 12.891/13, 12.976/14, 13.107/15, 13.165/15 e lc 135/10, 9 ed., Curitiba: Juruá, 2016, p. 255.

¹⁸ JORGE, Flávio Cheim; RODRIGUES, Marcelo Abelha. Direito eleitoral aplicado: ponderações e críticas para uma reflexão sobre doações acima dos limites legais, substituição de candidatos, a divulgação de pesquisa em registro prévio e propaganda antecipada. **Interesse Público – IP**, Belo Horizonte, ano 16, n. 85, p. 15-35, maio/jun. 2014, p. 32.

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

- a participação de filiados ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet, com a possibilidade de exposição de plataformas e projetos políticos, mas sendo vedado pedido de votos;
- a realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, planos de governos ou alianças partidárias visando às eleições;
- a realização de prévias partidárias e sua divulgação pelos instrumentos de comunicação intrapartidária; ou
- a divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se mencione a possível candidatura, ou se faça pedido de votos ou de apoio eleitoral.

Com a lei 12.034/2009 houve o reconhecimento legal da possibilidade de realização da propaganda pré-eleitoral, "o legislador procurou dar mais concretude ao princípio da propaganda política em si, excluindo diversas situações materiais daquilo que historicamente a jurisprudência sempre considerou propaganda eleitoral antecipada [...]"¹⁹.

Manteve a presente lei como propaganda antecipada, ou seja, propaganda vedada, qualquer manifestação sobre candidatura nos meses anteriores ao pleito, ainda que de forma velada:

Representação. Propaganda eleitoral extemporânea. - Configura propaganda eleitoral extemporânea a expressa referência a candidatura, em período anterior ao permitido pela legislação eleitoral, por meio de programa de rádio, no qual se transmitiu a mensagem de que eventual pré-candidato seria o mais apto para o exercício do cargo almejado. Agravo regimental a que se nega provimento²⁰

¹⁹ PECCININ, Luiz Eduardo. Princípio da liberdade da propaganda Política, propaganda eleitoral antecipada e o artigo 36-A da Lei Eleitoral. p. 325.

²⁰ BRASIL, TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, Ac. de 20.5.2010 no AgR-AI nº 12276, rel. Min. Arnaldo Versiani. Disponível em: <https://tse.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/114684466/embargos-de->

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

Um terceiro momento surge com os adventos das Leis nº 12.891 de 2013 e nº 13.165 de 2015. Este momento é caracterizado pela institucionalização da propaganda antes do início do período eleitoral não configurarem propaganda eleitoral antecipada ilegal. "A nova legislação confere uma prevalência ao direito à liberdade de expressão, prestigiando a antecipação dos debates políticos" ²¹.

Entretanto deve se ressaltar que a propaganda pré-eleitoral não pode envolver pedido explícito de voto e a menção à pretensa candidatura.

Envolve a atual propaganda pré-eleitoral a "[...] exaltação das qualidades pessoais, referência à candidatura, pedido de apoio político, divulgação das ações políticas desenvolvidas e a desenvolver [...]".

Adota-se neste momento um novo posicionamento jurisprudencial que se coaduna com a mudança legislativa (lei nº 12.891 de 2013 e lei nº 13.165 de 2015):

AGRAVO REGIMENTAL NO RECURSO ESPECIAL ELEITORAL. PROPAGANDA PARTIDÁRIA. DESVIRTUAMENTO. INOCORRÊNCIA. ENALTECIMENTO DAS QUALIDADES DE INTEGRANTE DE PARTIDO. LIBERDADE DE EXPRESSÃO. INEXISTÊNCIA DE PEDIDO DE VOTOS E DE MENÇÃO À CANDIDATURA OU PLEITO FUTURO. AUSÊNCIA DE VIOLAÇÃO AO ART. 45 DA LEI Nº 9.096/95. DESNECESSIDADE DE REEXAME DE FATOS E PROVAS. REENQUADRAMENTO JURÍDICO DOS FATOS. NÃO CONFIGURAÇÃO DE PROPAGANDA ELEITORAL EXTEMPORÂNEA. DESPROVIMENTO²²

O novo art. 36-A da Lei 9504 de 1997 repete as mesmas situações e acrescenta novas situações em que são permitidos o pedido de apoio político e a divulgação da pré-candidatura, das ações políticas desenvolvidas e das que se pretende desenvolver:

declaracao-em-agravo-regimental-em-recurso-especial-eleitoral-ed-agr-respe-159389-al. Acesso em: 03 de novembro de 2017.

²¹ ZILIO, Rodrigo López. **Direito eleitoral**. 5. ed. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2016, p. 337.

²² BRASIL, Superior Tribunal Eleitoral. Recurso Especial Eleitoral nº 41989, Acórdão, Relator(a) Min. Luiz Fux, Disponível em: <https://tse.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/416485100/recurso-especial-eleitoral-respe-41989-salvador-ba/inteiro-teor-416485100>. Consultado dia 03 de novembro de 2017.

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

- 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;
- a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais;
- a realização, às expensas de partido político, 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.

O art. 36-A sofreu ainda mais mudanças nas mini-reformas de 2013:

Nota-se que a nova lei buscou prestigiar a livre manifestação do pensamento, compatibilizando-a com o princípio da isonomia entre os candidatos, permitindo mais amplitude ao debate e à discussão sobre a política e diminuindo consideravelmente o espectro da propaganda eleitoral antecipada que, em regra, somente deve restar caracterizada quando o ato for acompanhado do pedido de votos em casos não admitidos²³.

Atualmente, nos casos anteriores a 15 de agosto do ano da eleição a legislação permite uma promoção pessoal nos casos do art. 36-A da Lei 9504 de 1997, chamada de propaganda pré-eleitoral, desde que não seja feito pedido de voto, o que caracterizaria a propaganda antecipada que é vedado.

1.5 PROPAGANDA ELEITORAL

Através da propaganda eleitoral "os participantes do pleito buscam conquistar o apoio dos cidadãos, tentando convencê-los de que as propostas defendidas são as melhores para a sociedade, utilizando-se muitas vezes de argumentos capciosos"²⁴.

²³ ESMERALDO, Elmana Viana Lucena. Minirreforma Eleitoral de 2013. **Estudos Eleitorais**, Brasília, v. 9, n. 3, p. 27-61, set./dez. 2014, p. 45.

²⁴ AGRA, Walber de Moura; VELLOSO, Carlos Mário da Silva. Propaganda eleitoral e sua incidência. **Estudos eleitorais**, Brasília: TSE, v.5, n.1. p.37-64. 2010, p. 39.

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

O início da propaganda eleitoral tem data determinada e única para todos os partidos. A Lei 9.100 de 1.995 que regulava as eleições de 1996 trazia regra que a propaganda eleitoral tinha início após a convenção partidária, podendo nessa época as convenções serem realizadas de 1º a 30.06.1996, assim a data de início dependia da data da convenção de cada partido.

A Lei 9.504 de 1997 na sua redação original trouxe uma data uníssona para a que propaganda eleitoral fosse autorizada, a partir de 05 de julho do ano da eleição, com a reforma da Lei nº 13.165 de 2015 o início passou a ser 15 de agosto do ano eleitoral²⁵.

A propaganda eleitoral é exteriorizada por uma grande "variedade de instrumentos de comunicação de massa exploradas nas eleições, com destaque para o rádio e a televisão, além de outras mídias, como painéis, faixas, malas direta, panfletos, bonecos, apostos em vias públicas e cartazes volantes."²⁶.

2 PRINCÍPIO DA LIBERDADE DA PROPAGANDA ELEITORAL

O princípio da liberdade da propaganda eleitoral possibilita a utilização de qualquer meio de propaganda que não vedado em lei. A propaganda eleitoral é disciplinada de forma rígida e sofre o controle da Justiça Eleitoral, mas em nenhum momento é possível prever todas as formas de propaganda, tendo em conta o surgimento constante de novas tecnologias das formas de comunicação e a evolução constante do marketing eleitoral como ciência.

Isso em razão da constante evolução numa seara específica, como as redes de comunicação social de cunho pessoal ou coletivo, como ocorre, por exemplos, nos aplicativos de mensagens instantâneas (Whatsapp, Messenger ou Google Talk) ou as de divulgação por meio de painéis, murais ou páginas (Facebook ou Google +).

²⁵ CONEGLIAN, Olivar. **Eleições radiografia da lei 9.504/97**: comentários à lei 9.504/97, com as alterações promovidas pelas Leis 9.840/99, 10.408/02, 10.740/03, 11.300/06, 12.034/09, 12.350/10, 12.891/13, 12.976/14, 13.107/15, 13.165/15 e lc 135/10, p. 255.

²⁶ GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral**, 2016, p. 465.

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

A liberdade de propaganda eleitoral é de extrema importância para que o eleitor possa exercer seu direito de escolha:

Só é possível ao eleitor a construção qualificada de sua opinião política por meio de pluralidade de opções apresentada e da possibilidade de opções apresentadas e da possibilidade real de que os personagens do debate público possam ter acesso isonômico a todos os meios de comunicação com o cidadão com a máxima liberdade de levar a ele suas plataformas e projetos políticos.²⁷

Em nenhum momento o princípio da liberdade de propaganda eleitoral visa uma liberdade absoluta que ultrapasse o limite do bom senso. "Imputar ao adversário algo que sabe não ter acontecido ou expor a situação degradante pode ser censurado pela justiça eleitoral"²⁸.

Não permitindo que o princípio da liberdade seja um super princípio que não precise respeitar o princípio da veracidade e a sistematização legal da propaganda eleitoral.

Correlação importante é entre o princípio da liberdade da propaganda eleitoral com o princípio da competitividade das eleições, "eleições verdadeiramente competitivas pressupõem possam os contendores divulgar, com a maior amplitude possível, as suas plataformas políticas, os seus planos de governo"²⁹.

Situação em que está presente a liberdade na propaganda eleitoral é o atual questionamento da utilização do humor na campanha eleitoral. Apesar das muitas críticas, o humor "provoca no eleitorado uma reflexão sobre o momento político que a sociedade está passando, quer o humor tenha sido utilizado para atacar os

²⁷ PECCININ, Luiz Eduardo. Princípio da liberdade da propaganda Política, propaganda eleitoral antecipada e o artigo 36-A da Lei Eleitoral.. 2013, p. 333.

²⁸ RAMOS, Alexandre. A propaganda eleitoral antecipada: as inovações trazidas pela lei 12.891/2013. Rio de Janeiro: **Revista dos Tribunais**, vol. 960/2015, p. 61 - 74 , Out 2015, p. 64.

²⁹ ALVIM, Frederico Franco, **Manual de direito eleitoral**. 2012, p. 239.

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

candidatos adversários, quer tenha sido empregado como estratégia de persuasão"³⁰.

3 PRINCIPAIS ALTERAÇÕES LEGISLATIVAS NA PROPAGANDA ELEITORAL DE 1997 A 2015

Para o Direito Eleitoral nas várias fases do processo eleitoral tem uma grande relevância o "momento em que são definidas as regras do jogo, destacando a relevância da discussão acerca da constitucionalidade e pertinência da legislação vigente..."³¹.

Para ilustrar passa-se a analisar algumas das principais mudanças em propaganda eleitoral da redação original da Lei 9.504, bem como as reformas de 2006, 2.013 e 2.015.

Severas foram as alterações pela reforma eleitoral da Lei nº 11.300 de 2006 através da lei, e não por acaso que ocorreram após o escândalo de corrupção conhecido como Mensalão, modificando modalidades de propagandas que eram aceitas até então.

A lei nº 11.300 foi publicada em 10.05.2006, menos de cinco meses antes da eleição, e mesmo assim "alguns dispositivos dessa lei foram aplicados já nas eleições de 2.006, em flagrante ofensa ao art. 16 da Constituição."³².

No art. 39 o §6º passou a vedar na campanha eleitoral a confecção, utilização, distribuição por comitê, candidato, ou com a sua autorização, de camisetas,

³⁰ GANDIN, Lucas. A carnavalização no discurso eleitoral de tiririca. IN QUEIROZ, Adolpho Carlos Françoso. TOMAZIELLO, Paulo Sérgio. MACEDO, Roberto Gondo. **Comunicação política e eleitoral no brasil**: perspectivas e limitações no dinamismo político. Americana: Politicom, p. 33-44, 2012, p. 37.

³¹ PAIN, Gustavo Bohrer; LO PUMO, Caetano Cuervo. Democracia, igualdade de oportunidades e o horário eleitoral gratuito: a nova redação do art. 47, §2º, incisos I e II, da lei nº 9.504/1997. **Estudos Eleitorais**, Brasília: TSE, v.9, n.2, p. 63-82, mai./ago. 2014, p. 68.

³² SALGADO, Eneida Desiree. **Princípios constitucionais eleitorais**, Belo Horizonte: Fórum, 2010, p. 194.

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

chaveiros, bonés, canetas, brindes, cestas básicas ou quaisquer outros bens ou materiais que possam proporcionar vantagem ao eleitor. Isto, em claro objetivo de não se caracterizar a aquisição de votos, proporcionando desigualdade entre candidatos com diferente poder aquisitivo, o que deslocaria o debate político das ideologias para a capacidade aquisitiva do voto do eleitorado.

O §7º proibiu a realização de showmício e de evento assemelhado para promoção de candidatos, bem como a apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício e reunião eleitoral. Isso também em objetivo claro de adequar a utilização de alguns meios, em função do fim estabelecido também no artigo anteriormente mencionado, a igualdade de condições na concorrência política.

Por fim o §8º vedou a propaganda eleitoral mediante outdoors, sendo que a reforma de 2013 vedou expressamente inclusive os outdoors eletrônicos. Parte da doutrina critica a vedação a propaganda em outdoors, que antes de 2006 "eram divididos igualitariamente entre os candidatos e partidos, levando em consideração os pontos de maior e menor impacto – portanto se a influência determinante do poder econômico [...]"³³.

As alterações da lei nº 12.981 de 2.013 pela primeira vez foram postas em práticas nas Eleições Municipais de 2016, não tendo sido utilizadas nas eleições gerais de 2.014 por respeito ao princípio da anterioridade eleitoral.

A lei nº 12.981 de 2.013 foi publicada em 11 de dezembro de 2.013, ou seja, entrou em vigor na data da sua publicação, mas só se aplica à eleição que ocorra após um ano da data que entrou em vigor, assim a referida lei entrou em vigor na mesma data em que foi publicada, mas não pôde ser aplicada a eleição geral de 2.014, conforme determina o art. 16 da Constituição Federal.

³³ SALGADO, Eneida Desiree. **Princípios constitucionais eleitorais**, p. 195.

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

A Lei nº 12.981 de 2013 "é apenas mais uma etapa na continuidade de um projeto de reforma eleitoral e política implementado nos últimos sete anos...". (ESMERALDO, 2013, p. 59). Devendo ser analisada em conjunto com a lei 13.165 de 2015, pois ambas são caracterizadas por trazerem restrições consideráveis à propaganda eleitoral.

A mini-reforma de 2015 traz como principal mudança a diminuição do período eleitoral de 90 para 45 dias, o novo artigo 11 da Lei 9.504/1997 passa a determinar que "Os partidos e coligações solicitarão à Justiça Eleitoral o registro de seus candidatos até as dezenove horas do dia 15 de agosto do ano em que se realizarem as eleições".

Antes de reforma a propaganda eleitoral era permitida a partir de 6 de julho do ano em que se realiza a eleição, com um período eleitoral de aproximadamente 90 dias, com a mudança do artigo 11 da Lei 9.504/1997 a propaganda eleitoral passa a ser permitida a partir de 16 de agosto, com um período eleitoral de aproximadamente 50 dias³⁴.

Importante comparar esta alteração do artigo 11 da Lei 9.504/1997 e o princípio da liberdade da propaganda eleitoral:

Trata-se de alteração legislativa que afronta o ideal democrático, eis por que a propaganda é da essência da democracia, visto que tanto melhor será a decisão dos eleitores quanto melhor conhecerem os candidatos. E para que os candidatos sejam mais conhecidas, seja por suas qualidades, seja por seus defeitos, indispensáveis (sic) é a realização de propaganda eleitoral.³⁵

³⁴ SACCO, Ricardo Ferreira. CAMPOS, Felipe de Almeida. Perspectivas e restrições da propaganda política nas eleições municipais de 2016 IN SOBREIRA FILHO, Enoque Feitosa. MORAES FILHO, José Filomeno de. Teorias da democracia e direitos político conpedi uncuritiba, Florianópolis: Conpedi, p. 113-131, 2016. Acesso em: 11 abr. 2017, p. 115.

³⁵ PAIN, Gustavo Bohrer; **Direito eleitoral e segurança jurídica**, p. 70.

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

Com a alteração do referido prazo "[...] a Justiça Eleitoral terá meros 28 dias para apreciar se os candidatos preenchem todos os requisitos de inelegibilidade e se incidem ou não em algumas cláusulas de inelegibilidade" (PÓVOAS, p. 239, 2016).

O art. 37 da Lei 9.504/1997 passou por muitas modificações, em especial após 2006. A redação original vedava "nos bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do Poder Público, ou que a ele pertençam, e nos de uso comum, é vedada a pichação, inscrição a tinta e a veiculação de propaganda, ressalvada a fixação de placas, estandartes, faixas e assemelhados nos postes de iluminação pública, viadutos, passarelas e pontes, desde que não lhes cause dano, dificulte ou impeça o seu uso e o bom andamento do tráfego".

A reforma da Lei nº 11.300 de 2.006 retirou a expressão "que não lhes cause dano, dificulte ou impeça o seu uso e o bom andamento do tráfego", tornando objetiva a proibição do art. 37 da Lei 9.504/1997 e a Lei nº 12.891 de 2.013 acrescentou a proibição de cavaletes enquanto a lei aumentou a restrição vedando a exposição de placas e bonecos.

O §2º do artigo 37 da Lei 9.540 de 1997 em sua redação original previa que em bens particulares, independe da obtenção de licença municipal e de autorização da Justiça Eleitoral, a veiculação de propaganda eleitoral por meio da fixação de faixas, placas, cartazes, pinturas ou inscrições.

A Lei nº 12.034, de 2009 determinava que os casos do §2º do art. 37 não poderiam exceder a 4 m² (quatro metros quadrados), vindo a lei nº 13.165, de 2015 restringir a no máximo 0,5 m² (meio metro quadrado)

As restrições apresentadas são justificadas como forma de baratear os custos das eleições (conforme consta da ementa da Lei 13.165/2015), deixando a propaganda gratuita no rádio e na televisão como a principal forma de propaganda atual, através do chamado horário eleitoral gratuito, porém a gratuidade refere-se ao fato de que os candidatos não terão que custeá-la, mas o art. 99 da Lei 9.504/1997

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

determina o direito às emissoras de compensação fiscal, "assim, a propaganda 'eleitoral gratuita' é sempre custeada pelo erário."³⁶.

4 DIREITO A PROPAGANDA ELEITORAL

A propaganda eleitoral não deve ser analisada apenas da forma conceitual ou das expressões positivadas na legislação, deve ser analisada sob um viés diferente, um viés crítico. Abordada não apenas como um instituto importante no processo eleitoral, mas sim um direito fundamental para a existência de uma verdadeira democracia.

O direito a propaganda eleitoral tem sua base na própria Constituição Federal, "é um direito que decorre da liberdade de manifestação de pensamento e do direito à informação, reconhecidos nos incisos IV e XIV do art. 5º da Constituição Federal."³⁷.

A propaganda eleitoral tem uma relação estreita com o princípio das eleições livres. Não adstrita a impedir a interferência no direito do voto popular, necessitando-se dar condições, mesmo que mínimas, para que se possa exercer esse princípio em sua plenitude. Dentre estas condições, de forma substancial, estão a informação sobre os candidatos, suas ideologias e propostas, difundidas ao maior número de eleitores possível, sendo essencial para o exercício livre do voto.

Pois "quanto mais se restringe a propaganda política, mais se acomoda o eleitor, menos se fomenta o debate e mais se compromete o sistema de escolha democrático dos representantes políticos"³⁸.

Apenas com tal mote em mente é possível decidir livremente em quem se deverá depositar o seu voto, evitando assim que de uma forma indireta, por controle de informação a escolha do voto possa ser manipulada.

³⁶ GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral**, p. 523.

³⁷ AGLANTZAKIS, Luciana Costa. O poder de polícia do magistrado na propaganda eleitoral e uma releitura da súmula 18 do tribunal superior eleitoral. 2010, p. 11.

³⁸ SACCO, Ricardo Ferreira. CAMPOS, Felipe de Almeida. Perspectivas e restrições da propaganda política nas eleições municipais de 2016, p. 117.

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

Um exemplo ilustrativo é o efeito nivelador da propaganda eleitoral gratuita na televisão e no rádio, sendo que nas eleições de 1998 o direito a propaganda garantiu ao candidato Enéas Ferreira Carneiro alcançar o terceiro lugar atrás apenas do então presidente reeleito e primeiro colocado Fernando Henrique Cardoso e do segundo colocado Luiz Inácio Lula da Silva, ficando na frente de candidatos com uma história política muito mais rica e antiga³⁹.

5 CORRENTE ELEITORAL INTERVENCIONISTA

A corrente aplicada com mais força no direito pátrio, especialmente após as sucessivas mudanças legislativas, em especial as iniciadas em 2006, é de uma restrição severa a liberdade de propaganda.

Esta corrente é marcada pelo intervencionismo maior do Direito Eleitoral na Propaganda Eleitoral, cada vez mais se percebe uma restrição da livre propaganda com a legislação eleitoral. Nessa corrente "o candidato é o inimigo contra o qual é preciso armar barricadas e flexibilizar direitos."⁴⁰

Thales Tácito Cerqueira⁴¹ denomina essa corrente de Direito Eleitoral do inimigo baseado na teoria do doutrinador alemão Gunther Jakobs, e em síntese "refere-se ao inimigo como alguém que não admite ingressar no Estado e assim não pode ter o tratamento destinado ao cidadão, não podendo beneficiar-se dos conceitos de pessoa".

A situação no Direito Eleitoral não se coaduna perfeitamente com essa doutrina do "Direito Penal do Inimigo". Ilustrando melhor a situação o termo "intervenção", pois

³⁹ AZEVEDO FILHO, Edgard Manoel. As bases jurídicas que garantem através dos direitos e deveres a propaganda eleitoral. Jus Navigandi, Teresina, ano 19, n. 3944, 19 abr. 2014. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/27310>>. Acesso em: 23 abr. 2016.

⁴⁰ PEREIRA, Rodolfo Viana. Direito Eleitoral contra o inimigo, **Em Debate**, Belo Horizonte, v.5, n.4, p.26-30, Out. 2013, p. 26-27.

⁴¹ CERQUEIRA, Thales Tácito Pontes Luz de Pádua. "Ficha limpa" e questões constitucionais " direito eleitoral do inimigo" (retroagir?). **Estudos Eleitorais**. Brasília: TSE, v. 5, n. 1, p. 65-75, jan./abr. 2010, p. 73.

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

o Direito Eleitoral começa a intervir com restrições cada vez maiores a propaganda eleitoral.

Rodolfo Viana Pereira⁴² refere-se sobre essa corrente que se encontra presente tanto nas leis quanto na jurisprudência:

Instigado pela força das circunstâncias, o Legislador fez surgir, desde meados dos anos 2000, leis altamente restritivas em matéria de propaganda eleitoral, arrecadação e gastos de recursos e registro de candidatura. Em reforço, os Tribunais Eleitorais desenvolveram, por sua vez, uma jurisprudência bélica a apontar na direção da restrição, da limitação, da contenção.

Várias propagandas eleitorais aceitas anteriormente e que tinham todo um tratamento legal que permitia sua aplicação passaram a ser totalmente proibidas, o exemplo mais frequente de todos é a utilização do "outdoor", que era permitido até e disciplinado nos artigos e passou a ser totalmente vedado com a Lei 11.300 de 2.006.

Essa corrente coloca a propaganda política sempre como uma forma de tentar viciar a vontade do povo através do marketing eleitoral:

É fora de dúvidas que o *marketing* político é uma realidade; seus anseios, o ato de votar, a forma de dirigir ao eleitor, a construção da imagem do candidato, suas falas, suas roupas, o momento que aparece e como aparece ao público, etc. são meticolosa e profissionalmente investigados e decifrados antes de se pensar numa campanha eleitoral.⁴³

Uma justificativa para essa vertente de um Direito Eleitoral mais sancionador é que "com a revolta focada na desonestidade dos representantes democráticos, perdeu-

⁴² PEREIRA, Rodolfo Viana. Direito Eleitoral contra o inimigo. p. 27.

⁴³ JORGE, Flávio Cheim; RODRIGUES, Marcelo Abelha. Direito eleitoral aplicado: ponderações e críticas para uma reflexão sobre doações acima dos limites legais, substituição de candidatos, a divulgação de pesquisa em registro prévio e propaganda antecipada. 2014, p. 33.

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

se a confiança nos poderes Legislativo e Executivo, o que criou a expectativa de que o Poder Judiciário ganharia a incumbência de administrador da moral"⁴⁴.

Entretanto a doutrina⁴⁵ rebate este argumento, ao asseverar que "não faz sentido querer restringir a qualquer custo a possibilidade de propaganda eleitoral sob o fundamento de que se deve ter um processo eleitoral 'igualitário'."

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Estado Democrático de Direito têm como características eleições livres, e para que isso ocorra de forma plena, necessário se faz que se cumpra o princípio da liberdade da propaganda eleitoral.

Uma grande mudança na legislação eleitoral no que tange a propaganda eleitoral ocorreu desde o surgimento da Lei das Eleições (nº 9.504/1997), com restrições em várias modalidades de propaganda, muitas delas que eram permitidas são completamente vedadas na atualidade. Além das restrições as formas de propaganda, o período de propaganda eleitoral na mini-reforma de 2015 sofreu a sua maior restrição, diminuindo sua duração quase pela metade.

Ao se imputar a propaganda política a culpa por viciar o voto do eleitor e não se responsabilizar o próprio eleitor pelas consequências da sua escolha não se permite o amadurecimento da democracia brasileira.

Para que se o Estado Democrático de Direito possa ser uma realidade não é preciso cada vez mais reduzir o direito à propaganda, mas sim "uma disputa eleitoral que

⁴⁴ POMINI, Anderson. Implicações legais no período pré-eleitoral, **Estudos Eleitorais**, Brasília: TSE, v. 9 N. 2, p. 30-50, maio/agosto 2014, p. 32.

⁴⁵ LULA, Carlos Eduardo de Oliveira. **Direito eleitoral**. Leme: Imperium, 2008, p. 389.

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

permita um amplo debate e que todos os candidatos envolvidos na disputa tenham oportunidades reais de levar sua mensagem ao eleitor"⁴⁶.

REFERÊNCIAS DAS FONTES CITADAS

AGLANTZAKIS, Luciana Costa. O poder de polícia do magistrado na propaganda eleitora e uma releitura da súmula 18 do tribunal superior eleitoral, **Revista Jurídica TRE-TO**. VoI. 4. n. 1, jan/ju/2010, p. 9-20.

AGRA, Walber de Moura; VELLOSO, Carlos Mário da Silva. Propaganda eleitoral e sua incidência. **Estudos eleitorais**, Brasília: TSE, v.5, n.1. p.37-64. 2010.

ALVIM, Frederico Franco, **Manual de direito eleitoral**. Belo Horizonte: Fórum, 2012.

AZEVEDO FILHO, Edgard Manoel. As bases jurídicas que garantem através dos direitos e deveres a propaganda eleitoral. Jus Navigandi, Teresina, ano 19, n. 3944, 19 abr. 2014. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/27310>>. Acesso em: 23 abr. 2016.

BRASIL, TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, Ac. de 20.3.2014 no AgR-AI nº 33407, rel. Min. Henrique Neves. Disponível em: <http://temasselecionados.tse.jus.br/temas-selecionados/conduitas-vedadas-a-agentes-publicos/propaganda-institucional/placa-de-obra-publica>. Acesso em 03 de novembro 2017

_____. Ac. de 5.9.2013 no AgR-REspe nº 51220, rel. Min. Luciana Lóssio. Disponível em: <http://temasselecionados.tse.jus.br/temas-selecionados/conduitas-vedadas-a-agentes-publicos/propaganda-institucional/placa-de-obra-publica>. Acesso em 03 de novembro 2017.

_____. Recurso Especial Eleitoral nº 41989, Acórdão, Relator(a) Min. Luiz Fux, Disponível em: <https://tse.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/416485100/recurso-especial-eleitoral-respe-41989-salvador-ba/inteiro-teor-416485100>. Consultado dia 03 de novembro de 2017.

CÂNDIDO, Joel José. **Direito eleitoral brasileiro**. 16a. ed., São Paulo: Edipro, 2016.

⁴⁶ PAIN, Gustavo Bohrer; LO PUMO, Caetano Cuervo. Democracia, igualdade de oportunidades e o horário eleitoral gratuito: a nova redação do art. 47, §2º, incisos I e II, da lei nº 9.504/1997.. 2014, p. 67

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

CERQUEIRA, Thales Tácito Pontes Luz de Pádua. "Ficha limpa" e questões constitucionais " direito eleitoral do inimigo" (retroagir?). **Estudos Eleitorais**. Brasília: TSE, v. 5, n. 1, p. 65-75, jan./abr. 2010.

CONEGLIAN, Olivar. **Eleições radiografia da lei 9.504/97**: comentários à lei 9.504/97, com as alterações promovidas pelas Leis 9.840/99, 10.408/02, 10.740/03, 11.300/06, 12.034/09, 12.350/10, 12.891/13, 12.976/14, 13.107/15, 13.165/15 e lc 135/10, 9 ed., Curitiba: Juruá, 2016.

_____. **Propaganda eleitoral**. 13a ed. Curitiba: Juruá, 2016.

ESMERALDO, Elmana Viana Lucena. Minirreforma Eleitoral de 2013. **Estudos Eleitorais**, Brasília, v. 9, n. 3, p. 27-61, set./dez. 2014

GANDIN, Lucas. A carnavalização no discurso eleitoral de tiririca. IN QUEIROZ, Adolpho Carlos Françoso. TOMAZIELLO, Paulo Sérgio. MACEDO, Roberto Gondo. **Comunicação política e eleitoral no brasil**: perspectivas e limitações no dinamismo político. Americana: Politicom, p. 33-44, 2012.

GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral**. 12 ed., São Paulo: Atlas, 2016.

JORGE, Flávio Cheim; RODRIGUES, Marcelo Abelha. Direito eleitoral aplicado: ponderações e críticas para uma reflexão sobre doações acima dos limites legais, substituição de candidatos, a divulgação de pesquisa em registro prévio e propaganda antecipada. **Interesse Público – IP**, Belo Horizonte, ano 16, n. 85, p. 15-35, maio/jun. 2014.

LULA, Carlos Eduardo de Oliveira. **Direito eleitoral**. Leme: Imperium, 2008

MUNIZ, Eloa. Publicidade e propaganda: origens históricas. **Caderno Universitário** nº 148, Ulbra, 2004.

PAIN, Gustavo Bohrer; **Direito eleitoral e segurança jurídica**, Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2016

_____.; LO PUMO, Caetano Cuervo. Democracia, igualdade de oportunidades e o horário eleitoral gratuito: a nova redação do art. 47, §2º, incisos I e II, da lei nº 9.504/1997. **Estudos Eleitorais**, Brasília: TSE, v.9, n.2, p. 63-82, mai./ago. 2014.

PECCININ, Luiz Eduardo. Princípio da liberdade da propaganda Política, propaganda eleitoral antecipada e o artigo 36-A da Lei Eleitoral. **Paraná Eleitoral**, Curitiba, v. 2, n. 3, p. 321-344, dez. 2013.

PEREIRA, Rodolfo Viana. Direito Eleitoral contra o inimigo, **Em Debate**, Belo Horizonte, v.5, n.4, p.26-30, Out. 2013.

SOUZA, Leonardo Fernandes de; DIAS, Bruno Smolarek. A propaganda eleitoral: "corrente eleitoral intervencionista". Revista Eletrônica Direito e Política, Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Ciência Jurídica da UNIVALI, Itajaí, v.12, n.3, 3º quadrimestre de 2017. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica - ISSN 1980-7791

POMINI, Anderson. Implicações legais no período pré-eleitoral, **Estudos Eleitorais**, Brasília: TSE, v. 9 N. 2, p. 30-50, maio/agosto 2014.

PÓVOAS, Lenine. **A nocividade da reforma eleitoral**. *Ballot*. Rio de Janeiro: UERJ. Volume 2 Número 1 Janeiro/Abril 2016. pp. 236-244, 2016 Disponível em: [<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/ballot>]. Acesso em: 11 abr. 2017.

RAMAYANA, Marcos. **Direito Eleitoral**. 8ª Ed., ver., amp. e atual. – Rio de Janeiro: Impetus, 2008.

RAMOS, Alexandre. A propaganda eleitoral antecipada: as inovações trazidas pela lei 12.891/2013. Rio de Janeiro: **Revista dos Tribunais**, vol. 960/2015, p. 61 - 74 , Out 2015.

REIS, Marlon. **Direito eleitoral brasileiro**. Brasília: Alumnus. 2012.

SACCO, Ricardo Ferreira. CAMPOS, Felipe de Almeida. Perspectivas e restrições da propaganda política nas eleições municipais de 2016 IN SOBREIRA FILHO, Enoque Feitosa. MORAES FILHO, José Filomeno de. Teorias da democracia e direitos político conpedi uncuritiba, Florianópolis: Conpedi, p. 113-131, 2016. Acesso em: 11 abr. 2017.

SALGADO, Eneida Desiree. **Princípios constitucionais eleitorais**, Belo Horizonte: Fórum, 2010.

ZILIO, Rodrigo López. **Direito eleitoral**. 5. ed. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2016.

Submetido em: novembro de 2017

Aprovado em: novembro de 2017