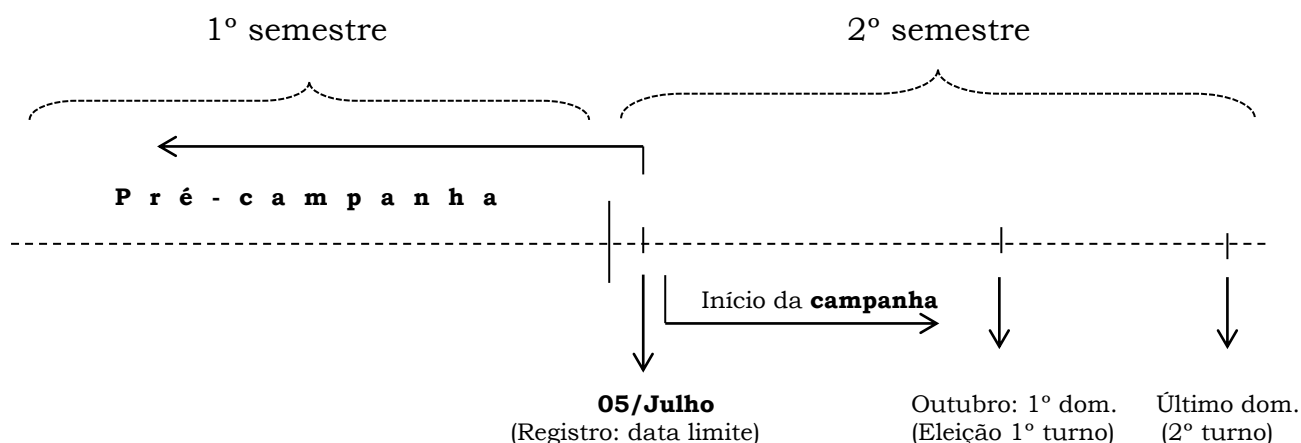


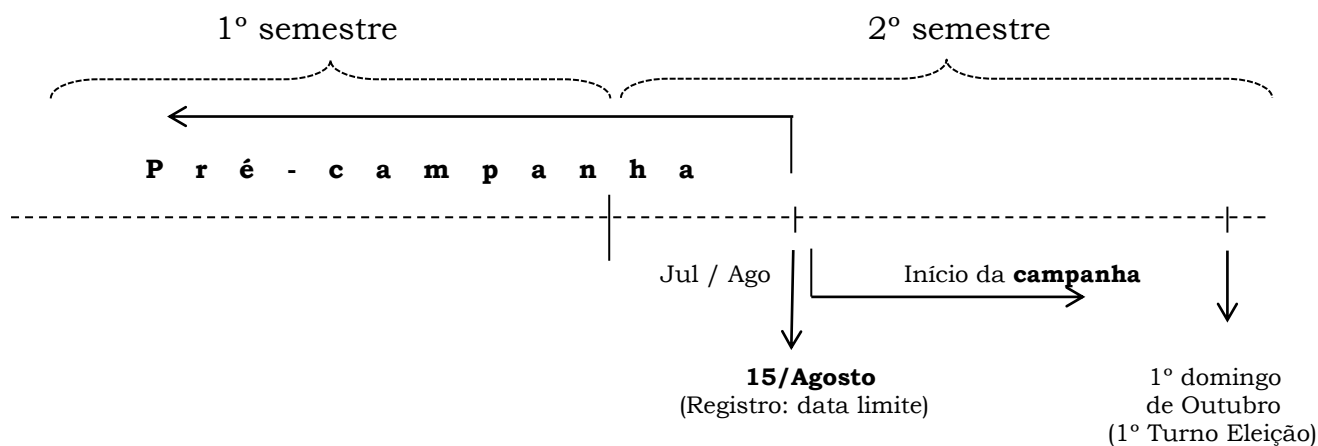
PRÉ - CAMPANHA

Período que antecede a data limite de apresentação dos pedidos de registro de candidatura no ano das eleições

ANTES DAS ELEIÇÕES DE 2016
(**Antes** da Lei 13.165/2015)



A PARTIR DAS ELEIÇÕES DE 2016
(**Depois** da Lei 13.165/2015)





PROPAGANDA
NA PRÉ-CAMPANHA

*Propaganda Antecipada, Prematura ou Extemporânea:
é aquela veiculada antes do início da campanha eleitoral*

ANTES DAS ELEIÇÕES DE 2016
(**Antes** da Lei 13.165/2015)

Lei 9.504/97 (Lei das Eleições)

(...)

Art. 36-A. Não serão consideradas propaganda antecipada e poderão ter cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via internet:

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

II - a realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, discussão de políticas públicas, planos de governo ou alianças partidárias visando às eleições, podendo tais atividades ser divulgadas pelos instrumentos de comunicação intrapartidária;

III - a realização de prévias partidárias e sua divulgação pelos instrumentos de comunicação intrapartidária e pelas redes sociais;

IV - a divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se faça pedido de votos;

V - a manifestação e o posicionamento pessoal sobre questões políticas nas redes sociais.

Parágrafo único. É vedada a transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão das prévias partidárias.

A PARTIR DAS ELEIÇÕES DE 2016
(**Depois** da Lei 13.165/2015)

Lei 9.504/97 (Lei das Eleições)

(...)

Art. 36-A. Não configuram propaganda eleitoral antecipada, desde que não envolvam pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos e os seguintes atos, que poderão ter cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via internet:

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

II - a realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, discussão de políticas públicas, planos de governo ou alianças partidárias visando às eleições, podendo tais atividades ser divulgadas pelos instrumentos de comunicação intrapartidária;

III - 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;

IV - a divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se faça pedido de votos;

V - a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais;

VI - a realização, a 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.

§ 1º É vedada a transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão das prévias partidárias, sem prejuízo da cobertura dos meios de comunicação social.

§ 2º Nas hipóteses dos incisos I a VI do caput, são permitidos o pedido de apoio político e a divulgação da pré-candidatura, das ações políticas desenvolvidas e das que se pretende desenvolver.

§ 3º O disposto no § 2º não se aplica aos profissionais de comunicação social no exercício da profissão.



PROPAGANDA
NA PRÉ-CAMPANHA

Consoante o atual parâmetro normativo, a propaganda eleitoral antecipada ficou bastante mitigada, quase uma figura mitológica, porque ela somente pode ser concretizável quando o candidato expressamente pedir votos (Carlos Mario da Silva Veloso e Walber Agra)

PROPAGANDA ANTECIPADA
NA JURISPRUDÊNCIA
Antes das Eleições de **2016**

AGRAVOS REGIMENTAIS. RECURSO ESPECIAL. NEGATIVA DE SEGUIMENTO. PROPAGANDA ANTECIPADA SUBLIMINAR. ÂMBITO. PROPAGANDA PARTIDÁRIA. DIVULGAÇÃO. MENSAGEM. CANDIDATO. DESTAQUE. REALIZAÇÕES. FUTURAS. MULTA. ALEGAÇÃO. OMISSÃO. DECISÃO. TSE. DIVERGÊNCIA JURISPRUDENCIAL. INEXISTÊNCIA. FUNDAMENTOS NÃO IMPUGNADOS. DESPROVIDOS.

- Embargos de declaração opostos contra decisão monocrática do relator não de ser recebidos como agravo regimental.

- Esta Corte não está vinculada ao primeiro juízo de admissibilidade feito na instância de origem.

- O prazo para ajuizamento de representação por propaganda eleitoral extemporânea é até a data da eleição (Ac. nº 25.893/AL, rel. Min. Gerardo Grossi, DJ de 14.9.2007).

- A jurisprudência desta Corte entende 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 [...]" (Ac. no 15.732/MA, DJ de 7.5.99, rel. Min. Eduardo Alckmin).

- A atual jurisprudência desta Corte é no sentido de que "Constatada a propaganda extemporânea realizada em programa partidário, consagra-se a aplicação da pena de multa prevista no art. 36, § 3º, da Lei no 9.504/97" (Ac. no 4.886/SP, DJ de 5.8.2005, rel. Min. Humberto Gomes de Barros).

- Agravos regimentais a que se negam provimento

(TSE, Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº 26833, Min. Marcelo Henriques Ribeiro de Oliveira, j. 05.08.2008)

PROPAGANDA ANTECIPADA
NA JURISPRUDÊNCIA
A partir das Eleições de **2016**

ELEIÇÕES 2016. AGRAVO REGIMENTAL EM AGRAVO REGIMENTAL EM RECURSO ESPECIAL. REPRESENTAÇÃO POR PROPAGANDA EXTEMPORÂNEA. AUSÊNCIA DE PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTO. NÃO CONFIGURAÇÃO DE PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. DESPROVIMENTO DO AGRAVO REGIMENTAL.

1. Na linha da jurisprudência do TSE, com a nova redação do art. 36-A da Lei 9.504/97 dada pela Lei 13.165/2015, a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais de pré-candidatos e outros atos - que poderão ter cobertura dos meios de comunicação, inclusive da internet -, desde que não haja pedido expresso de voto, não configuram propaganda antecipada (Rp 294-87/DF, rel. Min. HERMAN BENJAMIN, DJe 9.3.2017).

2. Consoante o entendimento mais atual desta Corte Superior, de acordo com a moderna interpretação jurisprudencial e doutrinária acerca do art. 36-A da Lei 9.504/97, a publicidade que não contenha expresso pedido de voto não configura propaganda eleitoral (AgR-REspe 1112-65/SP, rel. Min. TARCISIO VIEIRA DE CARVALHO NETO, DJe 5.10.2017).

3. De acordo com o delineamento fático consignado no acórdão regional, não há falar em propaganda eleitoral extemporânea, tendo em vista que não houve pedido expresso de voto, mas, tão somente, mera menção a genéricos apoios políticos.

4. Agravo Regimental ao qual se nega provimento

(TSE, Agravo Regimental em Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº 31056, Min. Napoleão Nunes Maia Filho, j. 19.12.2017)



PROPAGANDA
NA PRÉ-CAMPANHA

O QUE OS TRIBUNAIS VÊM DECIDINDO
(Casos já analisados pelo TSE e TREs)

“A aferição de propaganda eleitoral antecipada deve ser realizada a partir de dados e elementos objetivamente considerados, e não conforme intenção oculta de quem a promoveu.” (TSE, REspe 239-79)

“...ser fundada em elementos objetivos demonstráveis nos autos, e não na subjetividade do julgador ou na intenção oculta de quem veiculou a propaganda”. (TSE, RP 11541)

“À Justiça Eleitoral caberá a análise pormenorizada, à luz da utilização, na peça publicitária, de ‘palavras mágicas’ como ‘vote em’, ‘vote contra’, ‘apoie’, ‘derrote’, ‘eleja’, ou outras expressões congêneres” (TSE, AgR-AI)

“(…) A decisão judicial que superar os permissivos legais da propaganda eleitoral, inclusive o art. 36-A da Lei 9.504/97, deve considerar os direitos à livre manifestação de pensamento e à informação e ser fundada em elementos objetivos demonstráveis nos autos, e não na subjetividade do julgador ou na intenção oculta de quem veiculou a propaganda. Uma vez observadas as balizas legais, os eleitores, os candidatos, os partidos e os órgãos de imprensa têm plena liberdade de veicular atos, fatos e manifestações de cunho político, ainda que impliquem elogios ou críticas a determinada figura. A regra, em um regime democrático, é a livre circulação de ideias. No caso, além de a mensagem veiculada ter consistido em ato de mera promoção pessoal, sem pedido explícito de voto, não há prova do prévio conhecimento do beneficiado a respeito da propaganda supostamente extemporânea, o que impede a aplicação de multa. (TSE, Repr. 0601161-94 – Caso Lula)

“O uso da expressão ‘estamos juntos’ configura pedido de voto, assim como a exibição, no Facebook, da imagem de Bernardinho ao lado do número do Partido Novo, ao qual ele é filiado. Isso caracteriza pedido explícito de voto, é inequívoco” (TRE-RJ, 0600230-63)



PROPAGANDA
NA PRÉ-CAMPANHA

LIMITES – QUESTÕES CONTROVERTIDAS
(Casos em Análise no TSE)

CASO 1: REsp 4346. Rel. Min. Jorge Mussi (com vistas ao Min. Fux)

O CASO: Durante a campanha, cartazes espalhados por diversas casas e comércios locais estampavam aparente apoio das famílias aos candidatos, sem pedido explícito de voto. Embora não tenham sido eleitos, ambos foram condenados ao pagamento de R\$ 15 mil de multa cada um com base no artigo 36 da Lei das Eleições (Lei nº 9.504/97), que determina que a propaganda eleitoral somente é admitida após 15 de agosto.

MINISTRO ADMAR GONZAGA apresentou voto-vista entendendo pela **ilicitude** da propaganda antecipada: a propaganda envolveu recursos financeiros [com uso de faixas e cartazes], o que pode favorecer aqueles que detêm maior poder econômico para antecipar a campanha em detrimento dos que não têm recursos. “Isso pode causar uma distância na possibilidade de disputa entre os pretensos candidatos”, avaliou o Ministro.

CASO 2: AI 924. Rel. Min. Tarcisio Vieira de Carvalho (vistas ao Min. Fux)

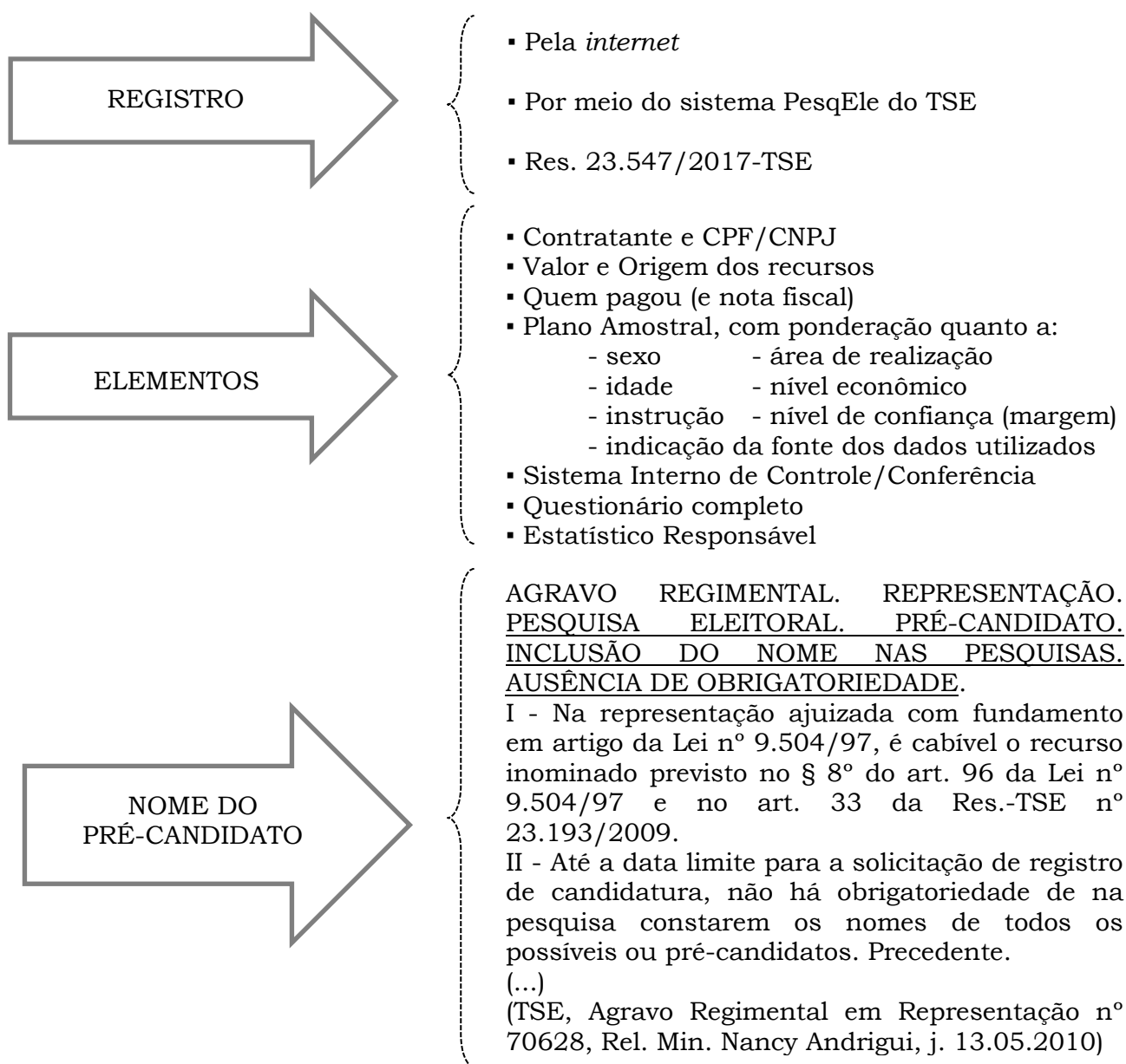
O CASO: A propaganda ocorreu por meio de divulgação de música pelo *WhatsApp* em que trazia o trecho: “E o povo de Itabaiana que conhece te ama vai te levantar de novo. Seu irmão vai ser prefeito e você nosso deputado, Luciano meu amigo Itabaiana está contigo e Deus está do nosso lado

MINISTRO ADMAR GONZAGA apresentou voto-vista entendendo pela **licitude** da propaganda: ressaltou que os juízes eleitorais devem analisar os seguintes critérios: (1) a propaganda eleitoral antecipada somente ocorre quando existente pedido explícito de voto; (2) o exame do caráter explícito pode ser orientado pelo teor da mensagem, pelo meio utilizado para a propaganda, pela reiteração da conduta, pelo período da veiculação e pelo custo. Para o Ministro, tratou-se de mera promoção, com menção ao um desejo futuro.

(Fonte: Imprensa TSE, 02.06.2018)

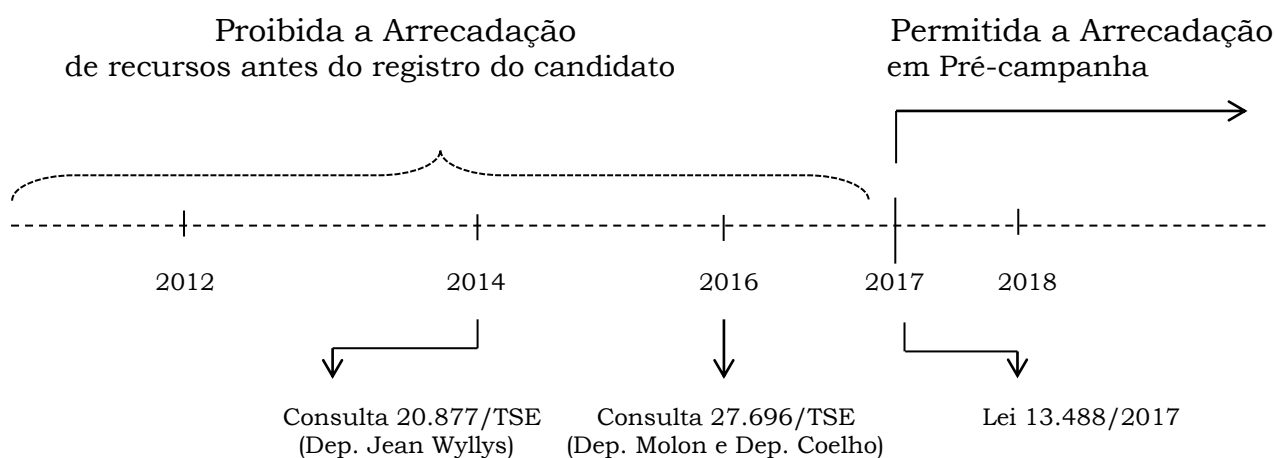
DIVULGAÇÃO DE PESQUISAS
NA PRÉ-CAMPANHA

A partir de 1º de janeiro do ano da eleição, as entidades e as empresas que realizarem pesquisas de opinião pública relativas às eleições ou aos candidatos, para conhecimento público, são obrigadas, para cada pesquisa, a registrar no tribunal eleitoral ao qual compete fazer o registro dos candidatos, até 5 (cinco) dias antes da divulgação.

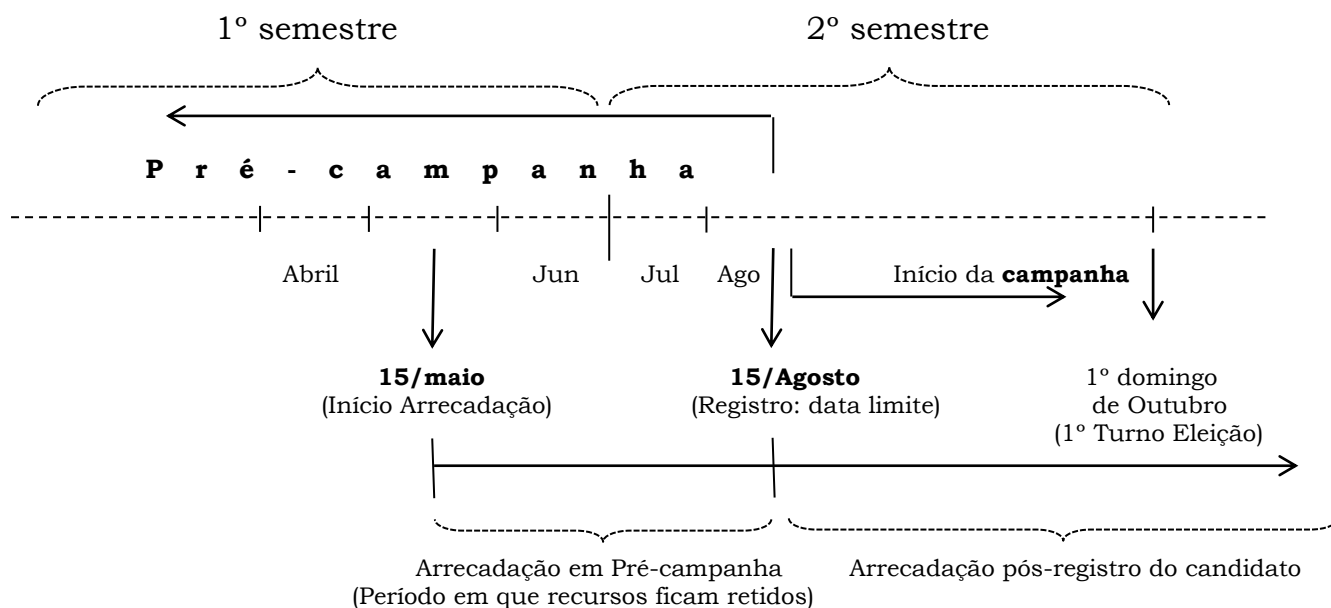


FINANCIAMENTO
NA PRÉ-CAMPANHA

ARRECADAÇÃO DE RECURSOS EM PRÉ-CAMPANHA
(**Antes** da Lei 13.448/2017)

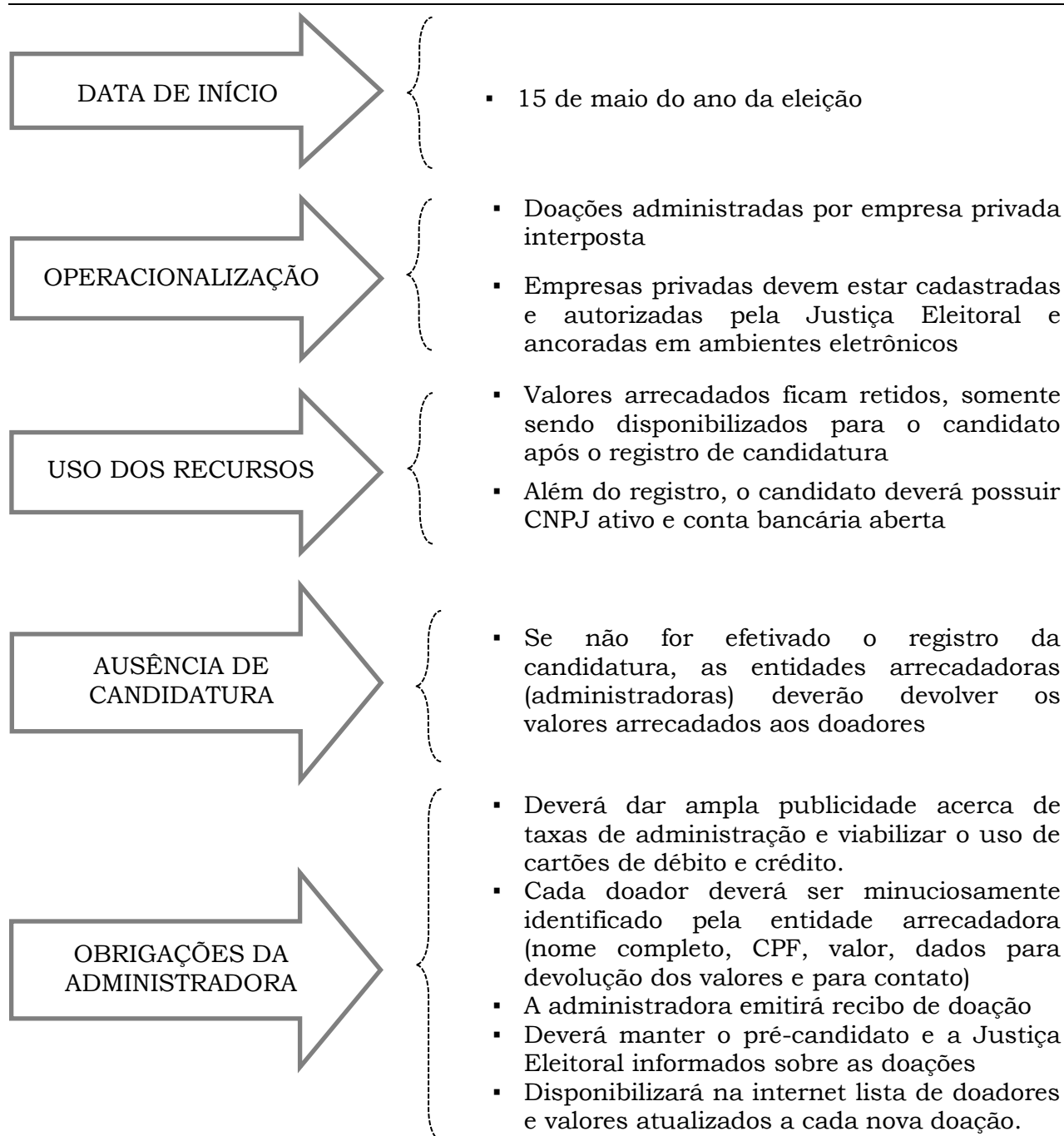


ARRECADAÇÃO DE RECURSOS EM PRÉ-CAMPANHA
(**Após** a Lei 13.448/2017)



FINANCIAMENTO
NA PRÉ-CAMPANHA

Crowdfunding: é um sistema pelo qual se arrecada valores antecipadamente à execução do projeto. Por meio deste sistema os pré-candidatos poderão iniciar arrecadação prévia de recursos para campanha eleitoral por meio de financiamento coletivo (crowdfunding) ou “vaquinha eleitoral”.



DIREITOS E DEVERES
DO PRÉ-CANDIDATO

- Poderá realizar campanhas de arrecadação
- As campanhas de arrecadação não poderão caracterizar propaganda eleitoral antecipada vedada
- O candidato não responderá por fraudes ou erros cometidos exclusivamente pelo doador
- Efetuar a prestação de contas dos valores, computando a arrecadação bruta
- Taxas e despesas com a administradora devem ser declaradas como despesas de campanha
- Repassar ao seu respectivo partido valores que excedam o limite de gastos de campanha

QUEM PODE DOAR

- Pessoas naturais (físicas) nos limites legais
- Mesmo na pré-campanha são proibidas de doar as pessoas jurídicas e demais restritas pelo art. 24, L. 9.504/97 (ADI 4.650/STF)

RECOMENDAÇÃO
QUANTO A GASTOS

Recomenda-se que atos de pré-campanha sejam nas modalidades possíveis como a realização de reuniões permitidas para a divulgação dos pré-candidatos, das propostas que a agremiação possui, divulgar a exposição de plataformas e projetos políticos, sempre custeados pelos partidos.

(SILVA FILHO, Lídio Modesto da. Propaganda Eleitoral. Curitiba: Juruá, 2018, Pag. 57)

Ainda não há regulamentação de gastos para este período e nem mesmo decisões sobre vários temas, de maneira que o pior dos problemas seria coibir o abuso do uso dos meios de comunicação, em razão de sua abrangência. Privar o pré-candidato de usar adesivo com seu nome seria o mínimo que a Justiça Eleitoral teria que se preocupar, uma vez que todos podem ter acesso a este tipo de propaganda. (SILVA FILHO, Lídio Modesto da. Propaganda Eleitoral. Curitiba: Juruá, 2018. P. 59)

O crowdfunding eleitoral, somado ao incremento das estratégias de marketing digital, à redução da propaganda eleitoral de rua (modificações decorrentes principalmente da Lei n.13.165/2015), à redução e limitação dos tetos de gastos eleitorais (Lei n.13.165/2015 e Lei n.13.488/2017), ao uso intenso das redes sociais, à permissão para impulsionamento de campanha eleitoral na internet (Lei n.13.488/2017), à manutenção da proibição de doações por pessoas jurídicas, ao fundo eleitoral cuja distribuição aos candidatos está atrelada a critérios legais e partidários (Lei n.13.488/2017), permitirá que novos nomes, sem histórico político, tenham chance de obter arrecadação para suas campanhas de modo mais rápido e direto. (...) [É] possível que o espírito da democracia representativa seja estimulado pelo crowdfunding, já que grupos de eleitores alinhados poderão decidir investir coletivamente em campanhas que se aproximem mais de suas expectativas e ficarão mais motivados a monitorarem mandatos de candidatos nos quais depositaram seus “sonhos” (Fernanda Caprio).

Referências bibliográficas:

- CAPRIO, Fernanda. **Crowdfunding** na campanha eleitoral 2018. Revista Estratégia Marketing Político - edição de novembro-dezembro/2017.
- PINTO, Djalma. **Direito Eleitoral**: improbidade e responsabilidade fiscal. São Paulo: Atlas, 5 ed. 2010.
- VELOSO, Carlos Mário da Silva; AGRA, Walber de Moura. **Elementos de Direito Eleitoral**. São Paulo: Saraiva, 5 ed. 2016.
- SILVA FILHO, Lídio Modesto da. **Propaganda Eleitoral**. Curitiba: Juruá, 2018