

A PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA E SUAS ESPECIFICIDADES

Fernando Maurício Pessoa Ramalho Vianna

Analista Judiciário do Tribunal Superior Eleitoral - TSE
Aluno do curso de Pós-Graduação em Direito e Processo Eleitoral
da Escola Superior da Magistratura do Estado do Ceará – ESMEC
fernando.vianna@tse.gov.br

RESUMO: o presente artigo possui como fim precípua a análise concisa e direta acerca dos diversos institutos que formam e constituem a denominada Propaganda Eleitoral Antecipada, perante a legislação vigente, perpassando pela definição de propaganda e as espécies de propaganda política para, em seguida, examinar os pontos mais significativos sobre propaganda eleitoral extemporânea. Serão abordados, por fim, os limites impostos por referida legislação e o meio adequado para coibir este tipo de propaganda prematura.

Palavras-chave: Direito Eleitoral, espécies de propaganda, propaganda antecipada, sanções.

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O termo propaganda, genericamente falando, define-se como um conglomerado de técnicas de divulgação de ideias, com caráter informativo e persuasivo, cujo objetivo é influenciar pessoas a tomar uma decisão.

Por intermédio da propaganda, ideias, informações e crenças são difundidas, tendo como fito a adesão de destinatários, fazendo com que os espectadores se tornem propensos ou inclinados à aceitação de referida ideia.

Um dos princípios basilares do processo eleitoral é o tratamento isonômico entre os candidatos aos cargos públicos eletivos. Para tentar atender a esse princípio, fixou-se um momento único para que cada candidato divulgue suas ideias e projetos de governo.

Ocorre que determinados candidatos procuram antecipar a propaganda eleitoral, quando então passa a se caracterizar como extemporânea e, portanto, ilícita, ao subverter o ideal de isonomia que deveria iluminar o processo eletivo.

Com base nesse contexto, o propósito do presente trabalho é, após expor de forma clara e sucinta os princípios e espécies de propaganda, analisar a

THEMIS

propaganda eleitoral antecipada, bem como investigar o âmbito de aplicação das sanções decorrentes desse tipo de violação legal.

2 ESPÉCIES DE PROPAGANDA POLÍTICA

A propaganda política pode ser classificada, de acordo com José Jairo Gomes¹, em: Propaganda Partidária; Propaganda Intrapartidária; Propaganda Eleitoral e Propaganda Institucional.

2.1. Propaganda Partidária

Esta propaganda tem por objetivo a divulgação das ideias do partido político, bem como de seu programa para captação de novos filiados. É utilizada, outrossim, para dar publicidade à história, aos valores, às metas e às posições dos partidos políticos. A propaganda partidária está regulamentada entre os arts. 45 e 49 da Lei Orgânica dos Partidos Políticos.

Por este tipo de propaganda se situar em uma zona fronteira entre a promoção de natureza pessoal e a divulgação política, a discussão que envolve os "temas político-comunitários" e o direito de crítica impõe apurada acuidade ao órgão julgador na verificação da ilegalidade diante do caso concreto.

2.2 Propaganda Intrapartidária

A propaganda intrapartidária diz respeito à divulgação das ideias dos candidatos que disputarão cargos eletivos para angariação de votos dos respectivos colegas na convenção partidária.

Só é permitida a sua veiculação a partir de 15 dias da realização da convenção, a ser realizada de 10 a 30 de junho do ano eleitoral, sendo vedada a utilização de rádio, televisão, *outdoor* e *internet*.

Insta lembrar que neste tipo de propaganda é permitida a afixação de faixas e cartazes em local próprio da convenção, com mensagem aos convencionais.

2.3 Propaganda Eleitoral

A propaganda eleitoral consiste nas ações de natureza política e publicitária desenvolvidas pelos candidatos, de forma direta ou indireta, com

apelos explícitos ou de modo disfarçado, destinadas a influir sobre os eleitores, de modo a obter a sua adesão às candidaturas e, por conseguinte, a conquistar o seu voto.

A sua veiculação é permitida após o dia 05 de julho do ano do pleito eleitoral, ou seja, a partir do dia 06 de julho (art. 36, *caput*, da Lei n.º 9.504/97).

O Tribunal Superior Eleitoral vem interpretando o significado do termo “propaganda eleitoral” como uma manifestação levada a conhecimento geral (manifestação publicitária) que tenha a pretensão de revelar ao eleitorado, simultaneamente: o cargo político cobijado pelo candidato; suas propostas de ação para o cargo; e a aptidão do candidato ao exercício da função pública.

Vejam os alguns dos julgados do Colendo Tribunal² nesse sentido:

Agravo regimental. Agravo de instrumento. Provimento. Recurso especial. Provimento parcial. Multa nos embargos de declaração afastada. Propaganda partidária. Propaganda antecipada subliminar. [...]. 1. Constitui ato de propaganda eleitoral aquele que leva ao conhecimento geral, ainda que de forma dissimulada, a candidatura, a ação política ou as razões que induzam a concluir que o beneficiário seja o mais apto para a função pública. Precedentes. [...].”
(Ac. de 24.6.2010 no AgR-AI nº 9.936. Rel. Min. Marcelo Ribeiro).

“[...]. Representação. Propaganda eleitoral extemporânea. Distribuição. Tabela. Copa do mundo. Decisão regional. Configuração. Infração. Art. 36, § 3º, da Lei nº 9.504/97. [...]. 1. Configura-se propaganda eleitoral extemporânea quando se evidencia a intenção de revelar ao eleitorado, mesmo que de forma dissimulada, o cargo político almejado, ação política pretendida, além dos méritos habilitantes do candidato para o exercício da função. [...].”
(Ac. de 28.11.2006 no ARESPE nº 26.173. Rel. Min. Caputo Bastos).

No entanto, há quem defenda ser suficiente para configurar a propaganda eleitoral tão-somente a mensagem que manifeste a intenção da disputa eleitoral de modo a influir na vontade do eleitor, cujo exame deve ser feito no caso concreto, o que prejudicaria o princípio da igualdade entre os candidatos. Nesse sentido³, vejamos:

RECURSO ELEITORAL. ELEIÇÕES 2008. IMPRENSA ESCRITA. JORNAL DE GRANDE CIRCULAÇÃO. ELEIÇÃO DO MELHOR PREFEITO DO CEARÁ. QUALIDADES. EXALTAÇÃO.

ACÇÕES DESENVOLVIDAS. DIVULGAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. CARACTERIZAÇÃO. ART. 36, DA LEI Nº 9.504/97. VIOLAÇÃO. SENTENÇA MANTIDA. IMPROVIMENTO DO RECURSO.

1 - Não caracteriza propaganda eleitoral a divulgação de opinião favorável a candidato, a partidopolítico ou a coligação pela imprensa escrita, desde que não seja matéria paga, de acordo com o disposto no at. 20, § 3º, da Resolução-TSE nº 22.718/2008. 2 - Em ano eleitoral, a propaganda de atos Administrativos não está proibida, conquanto sejam respeitados os limites e vedações estabelecidas na legislação eleitoral, cujo objetivo é impedir a utilização da máquina administrativa em benefício particular ou de interesse próprio, como seria o caso de pretensão à reeleição de quem já exerce o poder. **3 - A intenção de divulgar possível candidatura de pré-candidato resta evidenciada a partir da demonstração de pagamento para veiculação das notícias apuradas, constituindo-se em matéria paga na imprensa escrita.** 4 - A notícia de jornal devidamente paga com referência à pessoa do Administrador público, pré-candidato, e exaltação de suas qualidades como bom gestor de recursos públicos, honestidade e efetiva realização de projetos e ações governamentais, divulgada antes do dia 06 de julho do ano eleitoral configura propaganda eleitoral antecipada. 5 - Caso em que nota jornalística apresentou exaltações ao desempenho de Prefeito, pré-candidato a reeleição, com revelação das ações e programas realizados no Município de forma extemporânea. 6 - Sentença mantida. 7 - Recurso improvido. (grifo nosso)”
(TRE-CE, Recurso Eleitoral n.º 14.505, de 3.11.2008, Rel. Juiz Anastácio Jorge Matos de Sousa Marinho)

2.4 Propaganda Institucional

Podemos conceituar a propaganda institucional como sendo aquela feita pelo Poder Público, com verba pública, devidamente destinada para este fim, para prestação de conta de suas atividades perante a população de forma transparente, proba e fiel. Tendo como fim precípua divulgar as realizações da Administração e orientar os cidadãos sobre assuntos de seu interesse.

Consoante entendimento esposado pelo professor Djalma Pinto⁴:

A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

O desvio de finalidade que descaracteriza a propaganda institucional se dá exatamente no momento em que o agente público utiliza-se da verba estatal destinada à propaganda, com objetivo de autopromoção, vinculando a sua imagem às obras realizadas na sua gestão enquanto Chefe do Executivo.

Nesse sentido, a propaganda perde o seu cunho informativo, educativo ou de orientação, descaracterizando, assim, a propaganda institucional e conseqüentemente, violando os dispositivos legais, máxime o artigo 74 da Lei 9.504/97 e os princípios da moralidade e da impessoalidade que devem estar sempre presentes na Administração Pública (Art. 37 da CF/88).

Insta salientar, outrossim, que esta espécie de propaganda carece de autorização por parte do Administrador, bem como deve ser necessariamente custeada pelo Poder Público. Caso haja subvenção privada, resta descaracterizada a natureza institucional da propaganda.

Após essa breve abordagem acerca das espécies de propaganda, cabe-nos analisar alguns aspectos específicos da propaganda eleitoral antecipada.

3 PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA

3.1 Conceito

A propaganda eleitoral vem sendo desvirtuada por vários candidatos que se sentem livres para adotar práticas que se configuram campanha eleitoral antes do prazo estabelecido pela legislação. A principal razão reside no fato de que a multa pecuniária atualmente fixada pela legislação se revela irrisória frente aos elevados recursos disponibilizados pelos candidatos, notadamente no que tange às eleições presidenciais.

Esse tipo de propaganda antecipada, também denominada propaganda fora de época ou extemporânea, tem seus limites regulamentados pelo *caput* do artigo 36 da Lei nº. 9.504/97, que versa, *ipsis litteris*: “Art. 36. A propaganda eleitoral somente é permitida após o dia 5 de julho do ano da eleição”.

Nesses termos, a propaganda eleitoral é considerada extemporânea quando ela é veiculada antes do dia 6 de julho do ano em que ocorre o pleito eleitoral.

Podemos afirmar que, nesse aspecto, doutrina e jurisprudência coadunam em um mesmo sentido. Adriano Soares da Costa⁵ apregoa que: “Ao

THEMIS

permitir a propaganda eleitoral apenas após o dia 05 de julho, a *contrario sensu*, o preceito proibiu a realização de propaganda eleitoral antes dessa data, cuja realização seria ilícita e passível de sanção legal.”

Da mesma forma, podemos observar o posicionamento dos Tribunais⁶. A respeito, colacionamos:

Consulta. Delegado nacional. Partido Progressista Brasileiro (PPB). Respondido negativamente, quanto aos primeiro e segundo itens. Quanto ao terceiro, não há marco inicial de proibição. O que a lei estabelece é um marco inicial de sua permissão (art. 36, caput, da Lei n.º 9.504/97). (Res. N.º 20.507-TSE, de 18.11.99. Rel. Min. Costa Porto).

Faz-se *mister* salientar que a vedação da propaganda eleitoral fora do interstício legalmente admitido, não interfere na liberdade de expressão constitucionalmente consagrada. Isto porque a isonomia entre os candidatos e a busca do equilíbrio no pleito, também são princípios com fincas em nossa Carta Magna, e, em se tratando de tema eleitoral, sobrepõem-se à liberdade de expressão.

3.2 Caracterização

Devemos observar, nesse momento, que não é toda espécie de propaganda realizada antes do período permitido legalmente que pode ser considerada propaganda antecipada. Não raras vezes, a linha entre a propaganda institucional ou partidária e a eleitoral é deveras tênue. Nesse sentido, por vezes, o julgador pode ser levado a situações esdrúxulas: de um lado, à censura de uma propaganda lícita, ou, de outro, à complacência diante de um ilícito.

Portanto, para a configuração da propaganda fora de época deve haver uma mensagem, expressa ou subentendida, dirigida ao pleito vindouro, pelo que se estabelece a teoria do gancho, segundo a qual, de acordo com Coneglian⁷, há a necessidade de que a propaganda seja vinculada à eleição para que se configure efetivamente como propaganda eleitoral.

Nesse sentido, faz-se necessário que o conteúdo da propaganda traga uma menção, explícita ou implícita, à eleição vindoura. Dada a pertinência do assunto, traz-se novamente à colação excertos do entendimento esposado pelo TSE⁸:

1. A propaganda eleitoral antecipada pode ficar configurada não apenas em face de eventual pedido de votos ou de exposição de plataforma ou aptidão política, mas também ser inferida por meio de circunstâncias subliminares, aferíveis em cada caso concreto, afigurando correta a decisão regional que, diante do fato alusivo à distribuição de calendários, com fotografia e mensagem de apoio, concluiu evidenciada a propaganda extemporânea.

2. A jurisprudência desta Corte, firmada nas eleições de 2006, é de que mensagens de felicitação veiculadas por meio de *outdoor* configuram mero ato de promoção pessoal se não há referência a eleições vindouras, plataforma política ou outras circunstâncias que permitam concluir pela configuração de propaganda eleitoral antecipada, ainda que de forma subliminar.

Agravos regimentais desprovidos.

(AgR-REspe 28378, de 25.8.2010. Rel. Min. Arnaldo Versiani).

(...) Propaganda eleitoral extemporânea. Jornal. Mensagem em homenagem ao Dia das Mães com fotografia do pré-candidato. Menção ao pleito futuro. Indicação do partido e da ação política a ser desenvolvida. Caracterização. Art. 36, §3º da Lei n.º 9.504/97. (...).

(Ac. N.º 5.703, de 27.9.2005. Rel. Min. Gilmar Mendes).

Interessante perceber que, caso um pretense candidato veicule propaganda com teor negativo acerca de outro, com referências diretas ou mesmo indiretas ao pleito seguinte, resta caracterizada a propaganda antecipada. Esse é, também, o entendimento do Tribunal Superior Eleitoral⁹, senão vejamos:

Propaganda eleitoral. Princípio da indivisibilidade da ação. [...]. 2. A leitura do material juntado aos autos demonstra claramente que há nítido intuito de beneficiar um dos candidatos à Presidência da República e de prejudicar outro, configurando, neste caso, propaganda eleitoral negativa, o que é vedado de modo inequívoco pela legislação eleitoral em vigor (fls. 17, 18, 20, 21, 22). Releve-se, ainda, a configuração de propaganda eleitoral em período vedado. [...].

(Ac. de 8.8.2006 no ARP n.º 953, rel. Min. Carlos Alberto Menezes Direito.)

Em outras palavras, percebe-se que, existindo uma relação entre a propaganda e o pleito, resta configurada a propaganda extemporânea. No

THEMIS

entanto, caso o período da veiculação e o objetivo invocado sejam outros, fica descaracterizada a extemporaneidade da propaganda. Nesse viés, a publicidade da imagem ou do nome de alguém que pretenda ser candidato, por exemplo, não configura propaganda eleitoral, ainda que possa ser considerada mera promoção pessoal e, em havendo excesso, abuso de poder.

Deve-se lembrar, ainda, que a partir das Eleições 2010 ficou permitido aos candidatos realizarem suas campanhas eleitorais na *internet*, não somente em páginas pessoais, mas através dos sítios de relacionamento, como *orkut*, *blogs*, *facebook*, *youtube* e *twitter*, ressaltando o direito de resposta e a proibição do anonimato nas reportagens. Esta nova possibilidade de propaganda eleitoral surgiu com a Lei n.º 12.034/09, conhecida como Mini Reforma Eleitoral.

Para que haja esse tipo de propaganda, faz-se necessário que o endereço da *internet* seja comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedores estabelecidos no Brasil.

Pelas novas regras, a propaganda gratuita pela rede mundial de computadores foi permitida tanto nas páginas como em *blogs* e em outros meios eletrônicos de comunicação nas 48 (quarenta e oito) horas que antecedem as eleições ou nas 24 (vinte e quatro) horas posteriores. Ficou decidido também que o prazo para o provedor da *internet* retirar propaganda considerada irregular por decisão da Justiça Eleitoral será determinado pela própria Justiça.

Mais uma inovação que referida legislação trouxe foi o acréscimo do art. 36-A à Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, ao destacar os seguintes casos em que não se consideram propaganda eleitoral antecipada:

Art. 36-A. Não será considerada propaganda eleitoral antecipada:

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, desde que não haja pedido de votos, 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, planos de governos ou alianças partidárias visando às eleições;

III - a realização de prévias partidárias e sua divulgação pelos instrumentos de comunicação intrapartidária; ou

IV - 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.

Insta ressaltar que a divulgação de candidatura em sítios de relacionamento em data anterior a permitida pela legislação de regência também configura a propaganda eleitoral extemporânea.

Diversos foram os julgados do TSE¹⁰ referentes às Eleições 2010 envolvendo esse tema tão atual, como podemos observar:

ELEIÇÕES 2010. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. INTERNET. BLOG. AÇÃO CAUTELAR. ANONIMATO. PSEUDÔNIMO. SUSPENSÃO LIMINAR. PROVEDOR. RESPONSABILIDADE. LIVRE MANIFESTAÇÃO DO PENSAMENTO.

1. As representações eleitorais que apontem irregularidades na utilização da internet como meio de divulgação de propaganda eleitoral podem ser propostas: (i) - contra a pessoa diretamente responsável pela divulgação tida como irregular, seja por autoria própria, seja pela seleção prévia do conteúdo divulgado; e (ii) - contra o provedor de conteúdo ou hospedagem quando demonstrado que este, em relação ao material incluído por terceiros, foi previamente notificado da irregularidade apontada ou, por outro meio, é possível verificar o seu prévio conhecimento. (iii) Desta última hipótese, excetua-se o armazenamento da propaganda realizada diretamente por candidatos, partidos e coligações, quando o provedor somente poderá retirar a propaganda após prévia apreciação judicial da irregularidade apontada, sendo ele responsável apenas no caso de descumprimento da decisão judicial.

2. Diante de comprovada irregularidade eleitoral, a Justiça Eleitoral pode, por meio de decisão fundamentada, determinar a suspensão de conteúdo veiculado na internet, em representação que identifique o responsável pelo conteúdo ou em ação cautelar que busque identificá-lo.

3. A identificação do responsável direto pela divulgação não é elemento essencial para determinar a suspensão e não prejudica: (i) a apuração da responsabilidade para permitir a discussão sobre eventual aplicação de sanção a ser tratada em processo próprio que assegure a defesa; ou (ii) que o próprio responsável venha ao processo e se identifique, pleiteando manter a divulgação.(...)

(Ac. de 29.6.2010 no AgR-AC nº 138443 DF, rel. Min. Henrique Neves.)

INTERNET – SÍTIO DE CANDIDATO – DIVULGAÇÃO – FUTURA CANDIDATURA – PROPAGANDA INTRAPARTIDÁRIA – CARACTERIZAÇÃO.

Propaganda intrapartidária. Internet. Propaganda eleitoral antecipada. Descaracterização.

O Tribunal, por maioria, entendeu que a divulgação em sítio de partido político na Internet da intenção de lançar candidatura própria, ainda a ser deliberada em prévias ou convenção, não extrapola os limites da propaganda intrapartidária, não se revelando, portanto, propaganda eleitoral antecipada.

Nesse entendimento, o Tribunal, por unanimidade, julgou prejudicado o recurso do Ministério Público Eleitoral e, por maioria, proveu o recurso do PMDB municipal.

(Rec. na RP nº 1.321-18/DF, redator designado. Min. Marco Aurélio, em 10.8.2010, Informativo nº 24/2010)

Propaganda eleitoral antecipada. Orkut.

As circunstâncias de que o sítio de relacionamentos teria acesso restrito e se limitaria a integrantes e usuários previamente cadastrados não afastam a caracterização da propaganda eleitoral antecipada, uma vez que as redes sociais na Internet constituem meios amplamente utilizados para divulgação de ideias e informações.

Caso assim não se entenda, as redes sociais na Internet serão meio de divulgação de candidaturas antes do período admitido em lei, o que não pode ser admitido, sob pena de burla à norma legal que veda a antecipação da campanha.

Nesse entendimento, o Tribunal, por unanimidade, desproveu o agravo regimental.

(Agravo Regimental no Agravo de Instrumento nº 10.104/SP, rel. Min. Arnaldo Versiani, em 19.8.2010, Informativo nº 25/2010)

3.3 Classificação

A propaganda eleitoral extemporânea pode surgir no meio social de duas

formas: direta, que pode ser informal ou elaborada; e indireta.

A propaganda eleitoral direta é aquela que se utiliza do nome do candidato, apelido, foto, ou algo que o identifique face aos eleitores, além de conter o cargo a que concorre, o ano da eleição ou qualquer circunstância que indique a eleição e o cargo eletivo pretendido pelo candidato. Esta propaganda eleitoral vem de forma expressa, sem dissimulações ou rodeios, estando sob a forma denotativa, vez que a mensagem é clara a respeito da eleição.

A propaganda direta pode ser informal, e ocorre quando não se sabe de quem é a sua autoria, sendo realizada de forma amadora, como por meio de

pichações em bens de uso comum, ou particulares sem autorização – inobstante sua ilegalidade, é de difícil enquadramento; ou de forma elaborada, quando realizada através de cartazes, panfletos, adesivos, *outdoors*, entrevistas, placas, sítios da internet, ou seja, é realizada de forma mais precisa, sendo mais fácil encontrar o seu autor.

A propaganda eleitoral indireta, ou disfarçada, ou ainda sugerida, é aquela que vem de modo implícito, escondido, onde há utilização de meios dissimulados para burlar a lei, em que o apelo eleitoral está sempre disfarçado.

Como o reclame eleitoral está amiúde dissimulado, a utilização da teoria do gancho - já mencionada anteriormente – é indispensável para a verificação de ofensa à lei, tendo em vista que somente assim pode-se identificar se a veiculação é de mera promoção pessoal ou se consiste efetivamente em propaganda eleitoral.

O que corriqueiramente ocorre são peças publicitárias com duplo sentido, um expresso e outro implícito (eleitoral), como, por exemplo, no caso de agradecimentos feitos a futuros candidatos em *outdoors* por alguma obra ou feitos realizados, ou ainda quando o candidato tem outra atividade e associa seu nome profissional a uma propaganda de cunho eleitoral disfarçado.

4 REPRESENTAÇÃO

A ação de Representação eleitoral é um dos procedimentos utilizados para a apuração de fatos que possam infringir artigos das leis eleitorais, tendentes a desequilibrar o pleito.

É, portanto, o instrumento judicial hábil para atacar a propaganda extemporânea e seu procedimento está disciplinado no art. 96 da Lei nº. 9.504/97.

Inobstante a nomenclatura legal disponha Representação ou Reclamação, trata-se realmente de verdadeira ação, sendo necessário encontrarem-se presentes todas as condições que lhe são inerentes.

A legitimidade ativa para ajuizar a Representação está restrita aos partidos políticos, coligações, candidatos e Ministério Público Eleitoral. Ao cidadão, resta tão-somente denunciar a propaganda irregular ao Ministério Público. Insta salientar evidentemente que, no caso de propaganda antecipada, tal legitimidade se restringe ao Ministério Público e aos partidos políticos.

Ademais, deve-se observar a capacidade postulatória, ou seja, para se ajuizar esse tipo de ação, a legislação exige a presença de advogado ou, naturalmente, do Ministério Público Eleitoral.

THEMIS

Com relação ao momento adequado para o seu ajuizamento, o entendimento inicial do Egrégio Tribunal Superior Eleitoral se inclinava pela inexistência de prazo para ajuizar a Representação por propaganda eleitoral extemporânea, vez que a Lei nº 9.504/97 não determinou nenhum período específico, salvo nos casos de condutas vedadas estabelecidas no art. 73, da lei mencionada, cujo prazo é até a data da eleição, sob pena de se configurar carência da ação pela falta de interesse processual do representante que tenha tomado conhecimento do fato antes do pleito.

No entanto, o órgão máximo da Justiça Eleitoral firmou o entendimento de que o prazo para a propositura de Representação por propaganda eleitoral extemporânea é realmente até a data da eleição. Essa posição está consubstanciada em diversos julgados recentes do TSE¹¹, dentre os quais destacamos:

REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA EXTEMPORÂNEA. PRAZO. JUIZAMENTO. DATA DAS ELEIÇÕES. SEGUNDO TURNO. OCORRÊNCIA. IRRELEVÂNCIA.

(...)

Com efeito, a jurisprudência deste Tribunal já se firmou no sentido de que as representações, por propaganda eleitoral extemporânea, devem ser ajuizadas até a data das eleições, sob pena de reconhecimento de perda do interesse de agir.

A esse respeito, colho o seguinte precedente da jurisprudência deste Tribunal:

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.

(...)

- 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).

- Agravos regimentais a que se negam provimento.

(Agravamento Regimental no Recurso Especial Eleitoral nº 26.833, rel. Min. Marcelo Ribeiro, de 5.8.2008).

(...)

Em que pese o entendimento da Corte de origem de que, caso haja segundo turno da eleição, se deve levar em consideração a data do segundo escrutínio, tenho que esse entendimento não se afigura como a melhor solução para a questão.

De fato, tendo em vista a impossibilidade de se prever a realização do segundo turno, se deve estabelecer sempre a data do primeiro como termo final para a propositura de representação por propaganda eleitoral antecipada ou irregular, sob pena de se criar critérios diferenciados para as eleições majoritária e proporcional, em pleitos de municípios e estados diversos, ou até mesmo em face da eleição presidencial.

Diante disso, dou provimento ao agravo de instrumento e, desde logo, ao recurso especial, com fundamento no art. 36, § 7º, do Regimento Interno do

Tribunal Superior Eleitoral, a fim de julgar a representação extinta, sem julgamento de mérito.

(AI nº 10.568-AP, de 20.04.2010. Rel. Min. Arnaldo Versiani)

REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL EXTEMPORÂNEA. FALTA DE INTERESSE DE AGIR.

1. A jurisprudência firmou-se no sentido de que o prazo final para ajuizamento de representação, por propaganda eleitoral extemporânea ou irregular, é a data da eleição, sob pena de reconhecimento de perda do interesse de agir.

2. Ainda que haja segundo turno em eleição majoritária, tal circunstância não prorroga o termo fixado na primeira votação, sob pena de se criar critérios diferenciados para as eleições majoritárias e proporcionais, considerados, ainda, os pleitos simultaneamente sucedidos em circunscrições diversas.

(AG-RE no AI nº 10.568, de 23.6.2010. Rel. Min. Arnaldo Versiani).

No que tange à propaganda eleitoral realizada antecipadamente no horário destinado aos programas partidários, ficou regulamentado que o prazo para o ajuizamento da Representação, pelos partidos políticos, é até o último dia do semestre em que for veiculado o programa impugnado, ou se este tiver sido transmitido nos últimos 30 (trinta) dias desse período, até o 15º (décimo quinto) dia do semestre seguinte ao da veiculação do programa impugnado, nos termos do § 4º, art. 45 da Lei nº 9.096/95.

A competência para o julgamento da Representação é definida sob o parâmetro da circunscrição a que se refere o pleito. Na Eleição Municipal, por exemplo, a competência original é do Juiz Eleitoral. Já nas Eleições Gerais (federais, estaduais ou distritais), a competência é do respectivo Tribunal Regional Eleitoral. Nesse último caso, 3 (três) juízes auxiliares são designados para conhecer e julgar as Representações. Insta destacar que, nas Eleições Gerais, cabe ao Tribunal Superior Eleitoral o processamento e julgamento das Representações que envolvam os candidatos à Presidência da República.

THEMIS

Por fim, deve-se enfatizar outra peculiaridade desse tipo de ação que é o caráter célere do seu rito, que procede da seguinte maneira: uma vez apresentada e autuada a inicial, o representado é notificado para, dentro de 48 (quarenta e oito) horas, defender-se. Decorrido esse prazo, os autos são encaminhados ao Ministério Público Eleitoral para que este se manifeste em 24 (vinte e quatro) horas. Em seguida, os autos são conclusos ao Juiz Eleitoral que profere a sentença, devendo esta ser publicada, em mural, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas. Em se tratando de decisão do Juiz Eleitoral, cabe recurso nas 24 (vinte e quatro) horas seguintes à publicação, ao respectivo Tribunal Regional Eleitoral. Por outro lado, se a decisão é da própria Corte Regional, cabe Recurso Especial no prazo de 3 (três) dias ao TSE.

5 SANÇÕES

A principal sanção imposta à propaganda eleitoral extemporânea é a multa regulamentada no § 3º, art. 36 da Lei nº 9.504/97, que estabelece o valor de 20.000 (vinte mil) a 50.000 (cinquenta mil) UFIR, ou o equivalente ao custo da propaganda, caso este seja maior.

A multa aludida no parágrafo supramencionado é aplicada ao responsável por sua divulgação bem como ao beneficiário, caso seja comprovado o seu prévio conhecimento. Lembrando que, em qualquer situação, deve ser precedido o respectivo processo judicial, para que se reverenciem os princípios do contraditório e da ampla defesa.

Com relação à ciência prévia do beneficiário, a jurisprudência não tem acolhido a mera presunção do conhecimento do candidato para caracterizá-la de fato. Essa é a razão de se recomendar a efetiva notificação para que o candidato tome providências no sentido de sustar a ilegalidade, como forma de comprovação eficaz do prévio conhecimento.

No caso de propaganda antecipada difundida no horário gratuito da propaganda partidária, a sanção imposta é a cassação do direito de transmissão a que faria jus o partido, no semestre seguinte à veiculação da propaganda, conforme consigna o art. 45, § 2º, da Lei nº 9.096/95, além da multa estabelecida no § 3º da Lei das Eleições, entendimento já consagrado na jurisprudência do TSE¹², como é observado nas seguintes decisões:

[...] Representação. Propaganda eleitoral gratuita. Televisão. Inserções. Eleições proporcionais estaduais. Invasão de horário (art. 53-A da lei nº 9.504/97). Ilegitimidade passiva. Beneficiário. Propaganda. Rejeição. [...] Propaganda eleitoral negativa. Invasão de horário. Configuração. Configura invasão de horário tipificada no artigo 53-A da Lei nº 9.504/97 a veiculação de propaganda eleitoral negativa a adversário político em eleições majoritárias, devidamente identificado, no espaço destinado a candidatos a eleições proporcionais. Perda do tempo. Critérios. Horário. Candidato. Beneficiado. Número de inserções. Bloco de audiência. Princípio da proporcionalidade. Aplicação. Restrição ao âmbito estadual. Exclusões ou substituições. Tempo mínimo de 15 segundos e Respectivos múltiplos. Resolução-TSE nº 23.193/2009, artigo 39. Ressalva de entendimento. A incursão na vedação contida no artigo 53-A, da Lei nº 9.504/97 sujeita o partido político ou coligação à perda de tempo equivalente no horário reservado à propaganda da eleição disputada pelo candidato beneficiado. Em se tratando de inserções, o que deve ser levado em conta na perda do tempo não é a duração da exibição em cada uma das emissoras, mas sim o número de inserções a que o partido ou coligação teria direito de veicular em determinado bloco de audiência. Precedentes. Aplicação do princípio da proporcionalidade que justifica a perda do tempo restrita à propaganda do candidato beneficiado veiculada no Estado em que ocorrida a invasão de horário. Nos termos do artigo 39 da Resolução-TSE nº 23.193/2009, as exclusões ou substituições nas inserções observarão o tempo mínimo de 15 segundos e os respectivos múltiplos. Ressalva de entendimento.

(Ac. de 2.9.2010 na RP nº 247049. Rel. Min. Joelson Dias.)

Representação. Art. 36, § 3º, da Lei nº 9.504/97. Propaganda eleitoral extemporânea. Propaganda partidária. Decisão regional. Procedência. Agravo de instrumento. Decisão monocrática. Negativa de seguimento. Agravo regimental. Fundamentos não impugnados. Possibilidade. Aplicação. Sanção pecuniária. Ausência. Prequestionamento. Pretensão. Reexame. Fatos e provas. Impossibilidade. Dissenso jurisprudencial. Não configuração.

1. O agravo regimental não pode constituir mera reiteração das razões do recurso denegado, devendo atacar especificamente os fundamentos da decisão agravada.

2. É possível a aplicação de multa, com base no § 3º do art. 36 da Lei nº 9.504/97, em sede de representação, ainda que a propaganda eleitoral antecipada tenha ocorrido na propaganda partidária.

3. A ausência de prequestionamento de determinada matéria impede o seu conhecimento na instância especial, incidindo as Súmulas nos 282 e 356 do Supremo Tribunal Federal.

4. Para afastar a conclusão da Corte Regional Eleitoral que, no caso concreto, entendeu configurada a propaganda eleitoral antecipada ocorrida na propaganda partidária, seria necessário o reexame de fatos e provas, o que não é possível em sede de recurso especial, por óbice da Súmula nº 279 do Supremo Tribunal Federal.

5. A mera transcrição de ementas não é suficiente para a configuração do dissenso jurisprudencial.

Agravo regimental desprovido.

(AG nº 7634, de 04/09/2007. Rel. Min. Caputo Bastos).

Oportuno destacar, ainda, que, no que tange às sanções impostas pela legislação eleitoral na ocorrência de propaganda antecipada, também se aplica às emissoras de rádio e televisão a sanção contida no art. 56, da Lei nº 9.504/97, que se refere à suspensão, por 24 (vinte e quatro) horas, da programação normal de emissora que deixar de cumprir as disposições desta Lei sobre propaganda. Esse posicionamento está contido no *decisum* do TSE¹³, que se segue:

Reclamação. Propaganda eleitoral. Horário gratuito. Alegação de descumprimento de ordem judicial (RP n.º 603). Emissora de televisão. Pedido de suspensão de programação por 24 horas. Efetivo descumprimento, pela emissora, de ordem do TSE de não veicular inserção. Relevante a explicação trazida pela reclamada – de que em primeira hora recebeu a notificação verbal, depois a recebeu por escrito –, tendo causado confusão nos procedimentos. Aplicada pena alternativa à emissora: dever de veicular, às suas expensas, duas vezes, a resposta que o TSE concedeu ao partido (RP n.º 603, 607 e 608), por inserções de 15 segundos, proporcional ao dano causado, por desobediência à ordem judicial; e dever de veicular, nove vezes, a propaganda institucional do TSE em prol da campanha do comparecimento de jovens às eleições do dia 27.10.2002. Reclamação procedente.

(Ac. n.º 197, de 24.10.2002, Rel. Min. Gerardo Grossi).

Salientamos, outrossim, que na propaganda antecipada que envolva veículos de comunicação, a responsabilidade por sua veiculação pode, em determinados casos, recair sobre o apresentador ou àquele que responda pela emissora. Isto ocorre, por exemplo, quando resta notório o direcionamento dado na entrevista para se obter respostas eleitoreiras. É o que podemos depreender a seguir¹⁴:

AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL ELEITORAL. ELEIÇÕES

2006. PROPAGANDA EXTEMPORÂNEA. EMISSORA. MULTA. DISCRICIONARIEDADE.

1. Condenação imposta à Fundação Educacional e Cultural do Sudoeste Mineiro, ora agravada, por propaganda eleitoral extemporânea, na forma de entrevista e de divulgação de pesquisa e de vinhetas a favor de Carlos Carmo Andrade Melles, ora agravado, referentes ao pleito eleitoral de 2006.

2. O permissivo legal aplicável à espécie se refere, estritamente, à sanção pecuniária a ser imposta à emissora, sem mencionar penalidades a serem aplicadas ao beneficiário. Nesse sentido: REspe nº 15802, Rel. Min. Edson Vidigal, DJ de 1º.10.1999. Por esta razão, é desinfluyente a suposta confissão ficta do segundo agravado.

3. A conclusão da Corte de Origem se adequou à jurisprudência do TSE, que consagra a discricionariedade do julgador na aplicação da sanção pecuniária eleitoral (Rp nº 953/DF, Rel. Min. Carlos Alberto Menezes Direito, publicado na Sessão de 8.8.2006)

4. Agravo regimental não provido.

(RESPE nº 28.147, de 28/08/2007. Rel.Min. José Delgado).

6 CONCLUSÃO

O Direito Eleitoral, na medida de sua dinamicidade, mais especificamente no que tange às posições do Tribunal Superior Eleitoral, exige do operador do direito uma atenção mais acautelada com relação aos novos entendimentos dos tribunais e à nova legislação inserida em nosso ordenamento jurídico.

Visando à manutenção da unidade e da coerência no processo eleitoral, durante o exercício do viés interpretativo das normas, faz-se necessário que os princípios que lhe servem de fundamento de validade sejam devidamente observados e respeitados.

Isso porque, quando nos referimos a Direitos Políticos, o objeto do direito se distancia da esfera particularizada do indivíduo para, expandindo seu campo de incidência, refletir-se na coletividade.

Ainda à guisa de conclusão, cabe-nos expor que o exame dos aspectos doutrinários e jurisprudenciais acerca da propaganda eleitoral antecipada, discutida no presente trabalho, foi de fundamental importância para o conhecimento de suas principais características e das hipóteses em que a mesma resta configurada, ensejando os meios adequados para sua reprimenda, bem como as sanções estipuladas pela legislação eleitoral.

THEMIS

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, Senado, 2010.

_____. **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997**. Estabelece normas para as eleições. Brasília, DF, Diário Oficial, 1º de out. de 1997.

_____. **Lei Complementar 64, de 18 de maio de 1990**. Manual de Legislação Eleitoral e Partidária: Atualizado e Anotado/ Tribunal Regional do Ceará. 7. ed. Fortaleza: TRE-CE, 2008.

_____. **Lei 4.737, de 15 de julho de 1965**. Código Eleitoral. Manual de Legislação Eleitoral e Partidária: Atualizado e Anotado/ Tribunal Regional do Ceará. 7. ed. Fortaleza: TRE-CE, 2008.

_____. TSE. **Acórdão de 24.06.2010 no AgR-AI nº 9.936**, Rel. Min. Marcelo Ribeiro. Disponível em: <<http://temasseleccionados.tse.gov.br/temas/propaganda-eleitoral/definicao-de-propaganda-eleitoral>>. Acesso em: 11 jan. 2011.

_____. TSE. **Acórdão de 28.11.2006 no ARESPE nº 26.173**, Rel. Caputo Bastos. Disponível em: <<http://temasseleccionados.tse.gov.br/temas/propaganda-eleitoral/definicao-de-propaganda-eleitoral>>. Acesso em: 11 jan. 2011.

_____. TSE. **RESPE nº 28.147**, Rel. Min. José Delgado, em 28.08.2007. Disponível em: <<http://temasseleccionados.tse.gov.br/temas/propaganda-eleitoral/penalidade>>. Acesso em: 10 jan. 2011.

_____. TSE. **Ac. nº 197**, Rel. Min. Gerardo Grossi, em 24.10.2002. Disponível em: <<http://temasseleccionados.tse.gov.br/temas/propaganda-eleitoral/radio-e-tv/transmissao>>. Acesso em: 10 jan. 2011.

_____. TSE. **Ac. na RP nº 247049**, Rel. Min. Joelson Dias, em 2.9.2010.

Disponível em: <<http://temasselecionados.tse.gov.br/temas/propaganda-eleitoral/radio-e-tv>>. Acesso em: 9 de jan. 2011.

_____. TSE. **AG nº 7634**, Rel. Min. Caputo Bastos, em 4.9.2007. Disponível em: <<http://www.tse.gov.br/sadJudSjur/pesquisa/actionBRSSearch.do?configName=SJUT&toc=false§ionServer=TSE§ionNameString=avancado&livre=@DOCN=000035055>>. Acesso em: 9 jan. 2011.

_____. TSE. **AI nº 10.568-AP**, Rel. Min. Arnaldo Versiani, em 20.04.2010. Disponível em: <http://www.tre-se.gov.br/servicos_judiciarios/jurisprudencia_tematica/tse/propaganda_eleitoral/prazos.pdf>. Acesso em: 7 jan. 2011.

_____. TSE. **AG-RE no AI nº 10.568**, Rel. Min. Arnaldo Versiani, em 23.06.2010. Disponível em: <http://www.tre-pa.gov.br/servicos/informativo/arquivos/Informativo_TRE_PA_6.rtf>. Acesso em: 07 de janeiro de 2011>.

_____. TSE. **Ac. no ARP nº 953**, Rel. Min. Carlos Alberto Menezes Direito, em 8.8.2006. Disponível em: <<http://temasselecionados.tse.gov.br/temas/propaganda-eleitoral/propaganda-negativa>>. Acesso em: 7 jan. 2011.

_____. TSE. **Agravo Regimental no Recurso Especial Eleitoral nº 28.378/BA**, Rel. Min. Arnaldo Versiani, em 25.8.2010, Informativo nº 26/2010. Disponível em: <http://www.tre-se.gov.br/servicos_judiciarios/jurisprudencia_tematica/tse/propaganda_eleitoral/subliminar.pdf>. Acesso em: 5 jan. 2011.

_____. TSE. **Acórdão nº 5.703**, Rel. Min. Gilmar Mendes, em 27.9.2005. Disponível em: <<http://temasselecionados.tse.gov.br/temas/propaganda-eleitoral/mensagens-homenagens-2013-divulgacao-de-nome-foto/homenagem-as-maes-e-ao-dia-internacional-da-mulher>>. Acesso em: 5 jan. 2011.

_____. TSE. **Acórdão no AgR-AC nº 138443 DF**, Rel. Min. Henrique Neves, em 29.6.2010. Disponível em: <http://www.tre-se.gov.br/servicos_judiciarios/jurisprudencia_tematica/tse/propaganda_eleitoral/internet.pdf>. Acesso em: 03 fev. 2011.

THEMIS

_____. TSE. **Informativo n.º 24/2010, Recurso na RP n.º 1.321-18/DF**, Rel. Min. Marco Aurélio, em 10.8.2010. Disponível em: <http://www.tre-se.gov.br/servicos_judiciarios/jurisprudencia_tematica/tse/propaganda_eleitoral/internet.pdf>. Acesso em: 3 fev. 2011.

_____. TSE. **Informativo n.º 25/2010, Agravo Regimental no AI n.º 10.104/SP**, Rel. Min. Arnaldo Versiani, em 19.8.2010. Disponível em: <http://www.tre-se.gov.br/servicos_judiciarios/jurisprudencia_tematica/tse/propaganda_eleitoral/internet.pdf>. Acesso em: 3 fev. 2011.

_____. TRE-CE. **Recurso Eleitoral n.º. 14.505, de 3.11.2008**, Rel. Juiz Anastácio Jorge Matos de Sousa Marinho. Disponível em: <http://www.tre-ce.gov.br/arquivos/Internet/Sejud/Ementarios/Tematicos/Propaganda_eleitoral_antecipada.pdf> . Acesso 01 jan. 2011.

CÂNDIDO, Joel José. **Direito Eleitoral Brasileiro**. 11ª edição. 3ª tiragem. Bauru: Edipro, 2005.

CONEGLIAN, Olivar. **Propaganda Eleitoral**. 8. ed. Curitiba: Juruá, 2006.

COSTA, Adriano Soares da. **Instituições de Direito Eleitoral**. 6. ed. Belo Horizonte: Del Rey, 2006.

GOMES, José Jairo. **Propaganda Político-Eleitoral**. Belo Horizonte: Del Rey, 2006.

PINTO, Djalma. **Direito Eleitoral**. São Paulo: Atlas, 2003.

NOTAS DE FIM

¹ GOMES, José Jairo. **Propaganda Político-Eleitoral**. Belo Horizonte: Del Rey, 2006.

² RIBEIRO, Marcelo. TSE. **Acórdão de 24.06.2010** no AgR-AI n.º 9.936, Rel. Min. Marcelo Ribeiro. Disponível em: <http://temasselecionados.tse.gov.br/temas/propaganda-eleitoral/definicao-de-propaganda-eleitoral>. Acesso em: 11 de janeiro de 2011.

BASTOS, Caputo. TSE. **Acórdão de 28.11.2006** no ARESPE n.º 26.173, Rel. Caputo Bastos. Disponível em: <http://temasseleccionados.tse.gov.br/temas/propaganda-eleitoral/definicao-de-propaganda-eleitoral>. Acesso em: 11 de janeiro de 2011.

³ MARINHO, Anastácio Jorge Matos de Sousa. TRE-CE. Recurso Eleitoral n.º 14.505, de 3.11.2008, Rel. Juiz Anastácio Jorge Matos de Sousa Marinho. Disponível em: http://www.tre-ce.gov.br/arquivos/Internet/Sejud/Ementarios/Tematicos/Propaganda_eleitoral_antecipada.pdf. Acesso em: 01 de janeiro de 2011

⁴ PINTO, Djalma. **Direito Eleitoral**. São Paulo: Atlas, 2003.

⁵ COSTA, Adriano Soares da. Instituições de Direito Eleitoral. 6. ed. Belo Horizonte: Del Rey, 2006.

⁶ PORTO, Costa. TSE. Res. N.º 20.507-TSE, de 18.11.1999, Rel. Costa Porto. Disponível em: <http://temasseleccionados.tse.gov.br/temas/propaganda-eleitoral/periodo/generalidades>. Acesso em: 05 de janeiro de 2011.

⁷ CONEGLIAN, Olivar. **Propaganda Eleitoral**. 8. ed. Curitiba: Juruá, 2006.

⁸ VERSIANI, Arnaldo. TSE. **Agravo Regimental no Recurso Especial Eleitoral nº 28.378/BA**, Rel. Min. Arnaldo Versiani, em 25.8.2010, Informativo n.º 26/2010. Disponível em: http://www.tre-se.gov.br/servicos_judiciarios/jurisprudencia_tematica/tse/propaganda_eleitoral/subliminar.pdf. Acesso em: 05.01.2011.

MENDES, Gilmar. TSE. **Acórdão nº 5.703**, Rel. Min. Gilmar Mendes, em 27.9.2005. Disponível em: <http://temasseleccionados.tse.gov.br/temas/propaganda-eleitoral/mensagens-homenagens-2013-divulgacao-de-nome-foto/homenagem-as-maes-e-ao-dia-internacional-da-mulher>. Acesso em: 05.01.2011.

⁹ DIREITO, Carlos Alberto Menezes. TSE. **Ac. no ARP nº 953**, Rel. Min. Carlos Alberto Menezes Direito, em 8.8.2006. Disponível em: <http://temasseleccionados.tse.gov.br/temas/propaganda-eleitoral/propaganda-negativa>. Acesso em: 07.01.2011.

¹⁰ NEVES, Henrique. TSE. **Agravo Regimental na AC nº 138443/DF**, Rel. Min. Henrique Neves, em 29.6.2010. Disponível em: http://www.tre-se.gov.br/servicos_judiciarios/jurisprudencia_tematica/tse/propaganda_eleitoral/internet.pdf. Acesso em: 03.02.2011.

AURÉLIO, Marco. TSE. **Rec. Na RP nº 1321-18/DF**, Rel. Min. Marco Aurélio, em 10.8.2010, Informativo n.º 24/2010. Disponível em: http://www.tre-se.gov.br/servicos_judiciarios/jurisprudencia_tematica/tse/propaganda_eleitoral/internet.pdf. Acesso em: 03.02.2011.

VERSIANI, Arnaldo. TSE. **AgR no AI nº 10104/SP**, Rel. Min. Arnaldo Versiani, em 19.8.2010. Disponível em: http://www.tre-se.gov.br/servicos_judiciarios/jurisprudencia_tematica/tse/propaganda_eleitoral/internet.pdf. Acesso em: 03.02.2011.

THEMIS

¹¹ VERSIANI, Arnaldo. TSE. **AI nº 10.568-AP**, Rel. Min. Arnaldo Versiani, em 20.04.2010. Disponível em: http://www.tre-se.gov.br/servicos_judiciarios/jurisprudencia_tematica/tse/propaganda_eleitoral/prazos.pdf. Acesso em: 07.01.2011.

VERSIANI, Arnaldo. TSE. **AG-RE no AI nº 10.568**, Rel. Min. Arnaldo Versiani, em 23.06.2010. Disponível em: http://www.tre-pa.gov.br/servicos/informativo/arquivos/Informativo_TRE_PA_6.rtf. Acesso em: 07.01.2011.

¹² DIAS, Joelson. TSE. **Ac. na RP nº 247049**, Rel. Min. Joelson Dias, em 2.9.2010. Disponível em: <http://temasselecionados.tse.gov.br/temas/propaganda-eleitoral/radio-e-tv>. Acesso em: 09.01.2011.

BASTOS, Caputo. TSE. **AG nº 7634**, Rel. Min. Caputo Bastos, em 4.9.2007. Disponível em: <http://www.tse.gov.br/sadJudSjur/pesquisa/actionBRSSearch.do?configName=SJUT&toc=false§ionServer=TSE§ionNameString=avancado&livre=@DOCN=000035055>. Acesso em: 09.01.2011.

¹³ GROSSI, Gerardo. TSE. **Ac. nº 197**, Rel. Min. Gerardo Grossi, em 24.10.2002. Disponível em: <http://temasselecionados.tse.gov.br/temas/propaganda-eleitoral/radio-e-tv/transmissao>. Acesso em: 10.01.2011.

¹⁴ DELGADO, José. TSE. **RESPE nº 28.147**, Rel. Min. José Delgado, em 28.08.2007. Disponível em: <http://temasselecionados.tse.gov.br/temas/propaganda-eleitoral/penalidade>. Acesso em: 10.01.2011.

NOTA DO EDITOR

¹ Este artigo foi publicado originalmente na Revista Eletrônica *Díke*. Vol. 1, nº 1, de jan/julho de 2011.