



20
BR

JUSTIÇA ELEITORAL
TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO TOCANTINS

REPRESENTAÇÃO nº 1316-43.2010.6.27.0000

Procedência : Palmas – TO
Representante : COLIGAÇÃO "FORÇA DO POVO"
Advogados : Dr. Sérgio Rodrigo do Vale e outros
Representado : COLIGAÇÃO NOVA UNIÃO DO TOCANTINS
 : JOSÉ WILSON SIQUEIRA CAMPOS
Advogados : Dr. Eduardo Mantovani e outro
Relator : Juiz Federal JOSÉ GODINHO FILHO

Publicado no **PLACARD** do TRE-TO
em 31.08.10 às 10 h e 00 min
Seção de Edição e Publicações

DECISÃO

Maria do Carmo Barbosa
Chefe Seção de Edição e Publicações
COGINT/SJ/TRE-TO

I - RELATÓRIO

Trata-se de **REPRESENTAÇÃO**, com pedido de liminar, por suposta propaganda irregular no horário eleitoral gratuito, formulada pela **COLIGAÇÃO "FORÇA DO POVO"** em face da **COLIGAÇÃO TOCANTINS LEVADO A SÉRIO e JOSÉ WILSON SIQUEIRA CAMPOS**, com fundamento art. 5º c/c o art. 14 da Resolução nº 23.191/09.

Narra a representante que os representados "em seu horário destinado a propaganda eleitoral gratuita na televisão, veiculado no dia 27.08.2010, a partir de 12h:00m, veicularam material com nítida promessa de dinheiro, infringindo a legislação de regência".

O trecho impugnado é o seguinte:

"Locutor: No ensino médio os jovens precisam de incentivo para não abandonar os estudos. Siqueira tem a solução, é a poupança jovem.

Siqueira: A poupança jovem é uma idéia extraordinária. Todo estudante do ensino médio vai ganhar 500 reais por ano na escola. Passou de ano, recebe mais 500 reais. No final ele fica com todo o dinheiro. Esta é uma forma de estimular o aluno a concluir o segundo grau.
(...)

Locutor: Agora você que está cursando ou vai entrar em uma faculdade, Siqueira vai criar o Bolsa Universitária

Siqueira Tem muita gente que começou uma faculdade e abandonou porque não deu conta de pagar, o governo pode ajudar vocês, pode ajudar pagando essa dívida e distribuindo bolsas para eu vocês continuem os estudos, mas com uma diferença as bolsas vão ser distribuídas pelos DCE's e não por políticos.."

Assevera que os representados de "forma clara e consciente oferecem aos alunos de ensino médio a quantia de R\$ 1.000,00, R\$ 500,00 por ano, mais R\$ 500,00 para

21
M

cada vez que passarem de ano". Além disso, "prometeu que se eleito for dará um computador para cada aluno do segundo grau".

Aduz que no plano de governo registrado no Tribunal Regional Eleitoral, não há tal "idéia extraordinária", o que poderá vir a ser configurado como captação de sufrágio.

Cita legislação e jurisprudência que entende amparar seus argumentos.

Sustenta a presença da fumaça do bom direito e do perigo da demora, razão por que requer seja "deferida liminar, inaudita altera pars, determinando a proibição da veiculação de propaganda contendo oferta de dinheiro e computador, com a imediata notificação de todas as emissoras de televisão do Estado, em especial a geradora do programa".

Requer, também, a notificação dos representados para que, querendo apresentem defesa nos termos do § 5º do art. 96 da Lei nº 9.504/97.

Por fim, requer seja "julgada procedente esta representação, com remessa de cópia ao Ministério Público para apuração de possível crime eleitoral".

Com a inicial, veio DVD com a gravação do trecho do programa questionado, bem como a degravação do mesmo, no corpo da petição inicial de fls. 07/09.

II – FUNDAMENTAÇÃO

Como é cediço, a concessão de medida liminar subordina-se à demonstração da existência da fumaça do bom direito (*fumus boni juris*) e do perigo da demora (*periculum in mora*), de forma a evidenciar prejuízo irreparável ao representante acaso concedido provimento judicial tardio. Assim, mister que o julgador, na análise do pedido, faça um juízo mínimo de delibação a respeito das questões jurídicas presentes no pedido principal.

A *vexata quaestio* está no fato de, segundo a representante, os representados, no horário da propaganda eleitoral gratuita na televisão, divulgado no dia 27.08.2010, a partir de 12h:00m, terem veiculado material com nítida promessa de dinheiro, infringindo, com isso a legislação Eleitoral.

No trecho impugnado, após os apresentadores tecerem considerações sobre o que fazer para manter o jovem estudando, sem abandonar a escola para trabalhar, o candidato a governador Siqueira Campos afirma que "A poupança jovem é uma idéia extraordinária. **Todo estudante do ensino médio vai ganhar 500 reais por ano na escola. Passou de ano, recebe mais 500 reais. No final ele fica com todo o dinheiro. Esta é uma forma de estimular o aluno a concluir o segundo grau. (..)**".

No entendimento da representante, essa promessa, além de não constar do plano de governo arquivado no Tribunal, poderá vir a caracterizar captação ilícita de sufrágio.

No que tange a propaganda eleitoral através de rádio e televisão, a justiça eleitoral pode exercer um controle maior, conforme autorizado pela legislação eleitoral. Entretanto, esse controle não é irrestrito. Ao contrário, o Judiciário está autorizado a intervir apenas nos casos em que há quebra efetiva da legislação eleitoral e, ainda, real

22
M

possibilidade de desequilíbrio no pleito.

A matéria está tratada no art. 5º e no inciso V do art. 14 da Resolução nº 23.191/209, do Tribunal Superior Eleitoral, *verbis*:

Art. 5º. A propaganda, qualquer que seja a sua forma ou modalidade, mencionará sempre a legenda partidária e só poderá ser feita em língua nacional, não devendo empregar meios publicitários destinados a criar, artificialmente, na opinião pública, estados mentais, emocionais ou passionais (Código Eleitoral, art. 242, caput).

Parágrafo único. Sem prejuízo do processo e das penas cominadas, a Justiça Eleitoral adotará medidas para impedir ou fazer cessar imediatamente a propaganda realizada com infração do disposto neste artigo (Código Eleitoral, art. 242, parágrafo único).

(...)

Art. 14. Não será tolerada propaganda (Código Eleitoral, art. 243, I a IX e Lei no 5.700/71):

(...)

V – que implique oferecimento, promessa ou solicitação de dinheiro, dádiva, rifa, sorteio ou vantagem de qualquer natureza;

(...)"

É certo que a propaganda não pode utilizar meios publicitários destinados a criar artificialmente estados mentais, emocionais ou passionais, na opinião pública. Entretanto, a propaganda eleitoral, como qualquer outro tipo de propaganda, sempre buscará criar, artificialmente ou não, na opinião pública, estado mental. Isso é de sua essência. Argumentar ao contrário é falácia.

Segundo Fávila Ribeiro¹:

"A propaganda é um conjunto de técnicas empregadas para suggestionar pessoas na tomada de decisão.

Despreza a propaganda a argumentação racional, prescindindo do esforço persuasivo para demonstração lógica da procedência do tema. Procura, isto sim, desencadear, ostensiva ou veladamente, estados emocionais que possam exercer influências sobre as pessoas. Por isso mesmo, com a propaganda não se coaduna a análise crítica de diferentes posições, desde que procura induzir por recursos que atuam diretamente no subconsciente individual".

Citando James A. C. Brown², prosegue o ínclito eleitoralista:

"O mecanismo fundamental empregado por todas as formas de propaganda é a sugestão, que pode ser definida como a tentativa de induzir em outros a aceitação de uma crença específica sem dar razões por si mesmo evidentes ou lógicas para essa aceitação, quer elas existam ou não".

A finalidade da propaganda é chamar a atenção das pessoas para determinado serviço, produto ou para uma pessoa, demonstrando todos os seus pontos positivos e a vantagem de estar escolhendo aquilo que foi divulgado por referida peça publicitária.

Toda propaganda tem uma intenção, qual seja, influenciar pessoas em suas escolhas, seja por algum produto, seja por um serviço profissional, ou por uma pessoa

¹ RIBEIRO, Fávila. *Direito Eleitoral*. Rio de Janeiro. Forense. 2000, p. 445.

² James A. C. Brown, *Técnicas de Persuasão*, trad. De Octávio Alves Filho, Rio de Janeiro, Zahar Ed. 1965, pg. 26.

para representá-la politicamente. Há um intuito peculiar na propaganda que é levar o cidadão a escolher, entre as várias opções disponíveis, aquela contida na peça publicitária posta em evidência.

Vale dizer que somente é considerada propaganda o quer for capaz de influir na vontade das pessoas, pois o elemento "intencional" é primordial para a caracterização da propaganda.

Em nossa sociedade, a propaganda é difundida na venda de produtos no comércio, na divulgação de serviços profissionais, na transmissão de pensamentos religiosos para conquista de adeptos, ou para fins políticos.

Fávila Ribeiro, citando Joseph Schumpeter³, afirma que "*a propaganda não se destina a oferecer a vontade genuína, mas uma vontade artificialmente elaborada, tornando-se a vontade coletiva o resultado e não a causa primeira do processo político*".

Para Pinto Ferreira⁴,

"A propaganda é uma técnica de apresentação, argumentos e opiniões ao público organizada e estruturada para induzir conclusões ou pontos de vista favoráveis aos seus anunciantes. É um poderoso instrumento para conquistar a adesão de outras pessoas, sugerindo-lhes idéias semelhantes àquelas expostas pelos propagandistas.

A propaganda política é utilizada com o fim de favorecer a conquista dos cargos políticos pelos candidatos interessados, fortalecer-lhes a imagem perante o eleitorado, sedimentar a força do governo constituído, ou minar-lhe a base, segundo as perspectivas dos seus pontos de sustentação ou de contestação."

No entanto, a propaganda eleitoral é o momento destinado ao candidato para apresentar, de forma séria e razoável, sua proposta para um governo também sério e pautado pelas linhas da responsabilidade e respeito. Trazer ao eleitor promessa de entrega de dinheiro e bem móvel não é, usando de eufemismo, minimamente ético.

A vantagem a ser prometida por aquele que pretende ser Administrador é aquela de natureza impessoal, destinada a satisfazer interesses da coletividade como um todo. A promessa de entrega de dinheiro de forma indiscriminada a todos os estudantes do ensino médio, apenas por essa condição, acaba por incutir a idéia de concessão de benesse de cunho pessoal caso o candidato seja eleito. Se o móvel do programa eleitoral foi o de demonstrar preocupação com o tema evasão escolar, poderia o candidato, para alcançar seu desiderato, ter prometido a efetiva implantação de laboratórios de informática ou a ampliação de programas sociais de natureza assistencial que concedem bolsas às famílias de estudantes.

Não se mostra razoável aceitar que o momento máximo da democracia de um país seja pautado, orientado, por uma vertente mercantilista do processo eleitoral, cabendo rígido controle de propagandas desse jaez. Não é por outro motivo que o Código Eleitoral, em seu art. 243, inc. V, repugna a propaganda que implique oferecimento ou promessa de dinheiro.

³ Joseph Schumpeter, *Capitalismo, Socialismo e Democracia*, trad. De Miguel Araes, Rio de Janeiro, Ed. Fundo de Cultura, 1961, pg. 320.

⁴ FERREIRA, Pinto. *Código Eleitoral Comentado*. São Paulo. Saraiva. 1998. p. 245.

24
11

A promessa feita no programa eleitoral impugnado, longe de consubstanciar programa de governo futuro, pois nítida a impressão transmitida de entrega futura de benesse pessoal, muito se aproximou de caracterizar captação de sufrágio com pagamento futuro, sujeito a condição que depende exclusivamente o próprio eleitor: basta votar no candidato que cada estudante do ensino médio ganhará um computador e um pagamento em dinheiro.

III – DECISÃO

Ante o exposto, **CONCEDO A LIMINAR** pleiteada para **determinar que os representados se abstenham de divulgar a propaganda eleitoral em que haja a promessa de entrega de dinheiro a alunos do ensino médio caso o candidato seja eleito, proibindo-os ainda de produzir e divulgar novas propagandas nos mesmos moldes em que ora impugnada.**

Notifiquem-se as emissoras (inclusive a TV Anhanguera - cabeça de rede) para que se abstenham de veicular a mesma inserção ora questionada, divulgada no dia 27/08/2010, a partir das 12h00m.

Notifiquem-se os representados para os fins do art. 96, §5º, da Lei nº 9.504/97 (§ 1º do art. 7º da Resolução nº 23.193/2009).

Após, colha-se manifestação do Ministério Público Eleitoral.

Palmas/TO, 30 de agosto de 2010.

Juiz Federal **JOSÉ GODINHO FILHO**
Relator