

PROTEÇÃO AOS DIREITOS FUNDAMENTAIS DO ELEITOR: O ABUSO DO PODER NA PROPAGANDA POLÍTICA ELEITORAL VINCULADA À IMPRENSA ESCRITA

Marcelo Ricardo Weber*

Janaína Reckziegel**

RESUMO

O presente artigo aborda questões controvertidas em relação aos partidos políticos e à utilização dos meios de comunicação em épocas de campanha eleitoral, em especial à imprensa escrita. Inicialmente ocorrerá um enfoque aos aspectos históricos relacionados à política e à utilização dos meios de comunicação, demonstrando que a vinculação do referido tema prescinde aos mais remotos tempos em relação aos abusos praticados pelos Entes Políticos, influenciando muitas vezes o eleitor por meio da propaganda eleitoral não gratuita. Posteriormente, atribuir-se-á enfoque para os aspectos da legislação eleitoral e suas previsões quanto à utilização dos meios de comunicação pelos partidos políticos, abrangendo-se princípios pertinentes à matéria eleitoral, bem como questões relativas ao controle do Estado e à sua anuência em alguns aspectos quanto à utilização destes meios de comunicação. Finalmente, procurar-se-á demonstrar que em determinadas situações o poder político eleitoral pode influenciar os eleitores em detrimento de uma maciça atuação junto à mídia, no caso em questão, a imprensa escrita, lançando informações inverídicas induzindo o eleitor ao

* Bacharel em Direito pela Universidade do Oeste de Santa Catarina, *Campus* de Videira; especialista em Direito Empresarial e Planejamento Tributário pela Universidade do Oeste de Santa Catarina, *Campus* de Videira; Professor de Direito Empresarial pela Universidade do Oeste de Santa Catarina; marcelo.weber@unoesc.edu.br

** Professora e pesquisadora da Universidade do Oeste de Santa Catarina; Doutoranda em Direitos Fundamentais e Novos Direitos pela Universidade Estácio de Sá, RJ; Mestre em Direito Público; especialista em Mercado de trabalho e exercício do magistério em preparação para a Magistratura e em Educação e docência no ensino superior; graduada em Ciências Jurídicas e Sociais pela Universidade do Oeste de Santa Catarina; Advogada e Professora universitária; janainar@desbrava.com.br

erro na tomada de suas decisões quanto ao voto, ferindo, assim, princípios e direitos fundamentais.

Palavras-chaves: Partidos políticos. Meios de comunicação. Imprensa escrita. Princípios. Direitos fundamentais.

1 INTRODUÇÃO

O referido trabalho tem por escopo abordar a problemática dos direitos fundamentais nas relações privadas, direcionando o tema para o âmbito dos partidos políticos, bem como a utilização dos meios de comunicação, em especial a imprensa escrita “privada” e a possível afronta aos direitos do cidadão que no caso em questão é o próprio eleitor.

O estudo realizou-se através da perspectiva civil constitucional, tecendo algumas considerações acerca dos principais aspectos jurídicos eleitorais, em especial, aos sujeitos das relações privadas, do qual em um destes pólos encontram-se os partidos políticos, bem como conceitos, aplicações e análises dos instrumentos jurídicos eleitorais, traçando na mesma linha uma abordagem sistêmica sobre o poder da mídia, utilizada pelos partidos políticos como geradores de opiniões perante a população, controvertidos ainda hoje em nosso País.

Na sequência abordar-se-á alguns aspectos das relações históricas dos partidos políticos em relação aos meios de comunicação utilizados em diversas épocas, demonstrando que os governantes e pretendentes a ascensão ao poder, utilizavam-se de diversos mecanismos de comunicação perante a mídia para atingir as massas populares com o intuito de se auto-afirmarem no poder, garantindo assim, o poder através do apoio popular.

Por conseguinte, falar-se-á sobre as propagandas dos partidos políticos nos meios de comunicação e o abuso de poder praticado por estas entidades em épocas de eleições, utilizando-se da mídia escrita “privada”, que na maioria das vezes, pertencem a pessoas influentes e filiadas a determinados partidos, que se utilizam destes mecanismos para atacar ou passar informações inverídicas sobre concorrentes políticos, destruindo

muitas vezes o convencimento do eleitor quanto ao seu voto e induzindo o cidadão ao erro no exercício do direito de eleger seus governantes.

Diante destas abordagens, demonstrar-se-á que os meios de comunicação podem ser danosos quando mal utilizados nas disputas entre os partidos políticos, afetando diretamente ao eleitor, salientando que o presente estudo trata dos meios de comunicação escrita pertencentes à área privada, onde, o ente público dá pouco enfoque, eximindo-se de fiscalizar com rigor, sendo atuante com intensidade em outros meios de comunicação como a televisão e o rádio, em que o próprio Estado concede a particular à exploração, realizando ferrenha fiscalização para evitar desvantagens e prejuízos aos partidos e aos eleitores.

Em contrapartida, não se pode ignorar a existência de argumentos ponderáveis, no sentido de rechaçar a prática abusiva em épocas de eleições pelos partidos políticos, com a divulgação de informações fraudulentas e enganosas, sob o fundamento de que são legítimas, sendo vinculadas através da imprensa escrita em detrimento de outros concorrentes políticos, malferindo princípios constitucionais relativos aos Direitos Fundamentais.

Por fim, para a consecução dos objetivos do presente trabalho, procedeu-se ao estudo através do método indutivo, e por meio de pesquisa bibliográfica, onde se identificou todos os aspectos a respeito dos Direitos Fundamentais nas relações privadas, entre o eleitor e os partidos políticos, adentrando nos aspectos conceituais, disciplinamento constitucional e infraconstitucional acerca do instituto eleitoral, para assim atingir os diversos posicionamentos no tocante a possíveis abusos da propaganda político-partidária vinculada a imprensa escrita.

2 ASPECTOS HISTÓRICOS DA PROPAGANDA ELEITORAL NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Muitos foram os fatores que causaram interferências nos meios de comunicação ao longo da história com relação ao aspecto político, dentre

os quais citam-se fatores religiosos, militares, sociais e econômicos dentre outros.

Impossível tratar de questões políticos-eleitorais sem abordar alguns aspectos relativos à propaganda eleitoral e a sua utilização perante os meios de comunicação, onde acirradas disputas levam a utilização maciça da mídia para atingir o eleitorado, estes mecanismos de autopromoção não são recentes, existindo registros da utilização dos meios de comunicação até mesmo em épocas anteriores a era cristã.

No entendimento de Moraes (2010, p. 367), a propaganda pode ser conceituada como uma forma de difundir, multiplicar e alargar a atividade política desenvolvida nas campanhas, e foi em Roma que ela passou a ser exercida de forma mais institucional, originando-se uma formação de partidos políticos com estatutos e ideologias. As conquistas eram divulgadas como forma de propaganda política.

Outros relatos da utilização dos meios de comunicação em larga escala por um governante para com seus conquistados remontam a estrutura da idade do Império Persa, onde devido às grandes conquistas formou-se o maior império que precedeu ao romano. A monarquia assumiu o mais amplo conceito de despotismo oriental, onde perante o rei só existiam súditos, nascendo assim um Estado burocrata centralizador, exigindo inovações estruturais sem precedentes nos meios de comunicação para determinar as ordens do soberano, como alternativa criou-se um sistema de mensageiros, com postos de parada específicos para troca de cavalos e abastecimento, postos estratégicos, demonstrando-se assim a estreita ligação entre poder, comunicação e espaço geopolítico (BARRETO, 1995, p. 90).

Por certo, muitas outras nações adotaram sistemáticas semelhantes, mas o que prevalecia eram os momentos políticos que atravessavam. Na democracia grega a propaganda tinha forte apelo através das condições pessoais do orador e seus métodos de persuasão, já na inquisição, o que predominava eram os sistemas religiosos dando-se ênfase aos castigos, utilizando-se disto como forma de comunicação ao povo.

Na visão de Moraes (2010, p. 153), identificam-se três aspectos historicamente fundamentais na propaganda dos tiranos, o primeiro trata de um discurso demagógico, por conseguinte o embelezamento das cidades trazendo sentimentos de orgulho dos cidadãos locais e por fim a atuação através de atitudes de impacto.

Para o renomado autor, vários foram os fatores que interferiram no respectivo tema, dentre estes os aspectos sociais, militares, religiosos e econômicos influenciaram as propagandas políticas ao longo da história, mas não se pode esquecer as sábias palavras do filósofo Jean Baudrillard, ou seja, a propaganda é uma forma de venda, é uma técnica de influenciar a opinião pública (MORAES, 2010, p. 367).

Já no Brasil colonial, as primeiras páginas de nossa história foram manchadas pela Coroa Portuguesa, onde os meios de comunicação escrita sofreram intensas repressões, o que acaba demonstrando que sempre existiu uma relação estreita entre Poder e meios de comunicações.

Barreto (1995, p. 90-91) descreve que as restrições impostas pela Coroa Portuguesa à circulação de livros e jornais em terras brasileiras, demonstram ser um bom exemplo, oferecido pelas primeiras páginas de nossa História, dos quais são antigas as relações Poder/meios de comunicação, como controle dos veículos de comunicação, tendo uma importância fundamental na construção e manutenção do domínio que Portugal exerceu no Brasil.

Em uma avaliação mais contemporânea pode-se constatar tão somente que agora o abuso de poder da mídia em matéria político eleitoral se tornou tão intensa e eficaz, o que leva a deduzir que no Brasil, nos dias atuais quem decide uma eleição é justamente a mídia, através dos abusos de poder por ela cometido através da propaganda eleitoral.

Portanto, a utilização dos meios de comunicação serve para a divulgação dos governantes ou pretensos candidatos ao poder, sistemas estes que sofreram evoluções ao longo dos tempos, atualmente, estas afrontas ocorrem por outros aspectos, e o Estado não mais como opressor,

deve regular e fiscalizar a utilização destes meios de comunicação, contudo nem sempre tais objetivos são alcançados.

3 A PROPAGANDA POLÍTICO-ELEITORAL E O ABUSO DO PODER ATRAVÉS DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Apesar dos benefícios que os meios de comunicação trazem ao eleitor, percebe-se que está muito bem sedimentada a questão de que o abuso de poder na mídia é um fato relativamente novo nas questões políticas.

Segundo Barreto (1995, p. 91), o tema em discussão é tão vasto que a análise das questões de poder nos meios de comunicação nos nossos procedimentos eleitorais exige uma prévia consideração, sobre as características destes meios de comunicação integrantes do sistema nacional, e os aspectos legais que regulamentam sua participação em campanhas políticos-eleitorais.

Evidencia Moraes (2010, p. 379), que a propaganda político eleitoral é uma espécie de propaganda que tem a finalidade de divulgar ideias e programas dos candidatos ao eleitor de modo geral, diferente da propaganda partidária que tem por finalidade divulgar os programas dos partidos e transmitir certas mensagens aos filiados bem como divulgar a posição do partido em determinados temas nacionais.

Teles (1996, p. 162), em sua obra deixa transparecer que em muitas situações o poder público transfere sua responsabilidade de fiscalizar para os partidos políticos e ao cidadão, conforme demonstrado no art. 52 da Lei 9.100/95, onde independe da obtenção de licença municipal e de autorização da Justiça Eleitoral a veiculação de propaganda eleitoral pela distribuição de folhetos, volantes e outros impressos, devendo ser editados sob a responsabilidade de partido, coligação ou candidato.

Parafraseando o autor, nota-se que a edição de determinados meios de propaganda, acabam ficando sob a responsabilidade dos partidos políticos, coligações e candidatos, que assumem a responsabilidade, por

quaisquer irregularidades nestas veiculações, em especial pela prática de crimes de opinião (TELES, 1996, p. 162).

Entretanto, a intervenção do Estado no combate ao abuso de poder se legitima no propósito de se obter a liberdade plena do direito de escolha dos cidadãos nas eleições. Aplica-se ensinamento próprio do liberalismo político, que torna legítima a intervenção do poder público, no sentido de restringir ou limitar as liberdades individuais, quando tal for necessário para assegurar a própria liberdade de todos os indivíduos. É o que se busca com a defesa de eleições livres, isenta de práticas viciadas e abusivas, visando o cenário ideal para cada cidadão votar com exclusivo compromisso com a sua própria consciência (COELHO, 2010, p. 61).

É fundamental perceber a importância do voto nas eleições, pois o voto pode equipara-se a uma "procuração indireta" entregue ao candidato escolhido nas urnas, para nos representar. Os eleitos estarão assumindo o Poder Legislativo, representando o povo da circunscrição legislativa a que pertencem e dentre suas atribuições está à elaboração e aprovação das leis que devem ser cumpridas. Por isto, se faz necessário, na hora de escolher o candidato, para confiar o voto, nos perguntarmos: Terá condições de representar os meus interesses na Casa Legislativa? Terá competência para elaborar as leis que deverei cumprir? Estarei sendo bem representado? Se as respostas forem positivas, estarei votando com consciência e sendo bem representado, mas, caso negativo, deve-se reavaliar o candidato escolhido, dentro de uma consciência ponderativa.

Muitas pessoas não percebem a gravidade da situação, pois os eleitos ficam (regra geral) quatro anos no poder, e as leis elaboradas e aprovadas pelos mesmos não tem prazo de duração, podendo perdurar por muito tempo no ordenamento jurídico. E aí vem o descontentamento com diversas situações que nos deparamos no dia-a-dia, mas ao mesmo tempo não podemos reclamar, pois estes políticos só se encontram no Poder Legislativo porque os seus eleitores é que os elegeram para representá-los. Percebendo-se a necessidade de uma consciência eleitoral, não se deixando levar pela

mídia ou outros fatores que venham a denegrir a seriedade deste momento para o povo brasileiro.

Como meio de comunicação a televisão e o rádio são sem sombra de dúvida os que mais mantêm presença nos lares brasileiros, considerando-se a inquestionável hegemonia destes meios de comunicação em massa que diferem dos demais através da concentração em sua programação, tornando-se de grande poder de formação e manipulação da opinião pública, muitas vezes decidindo o resultado da disputa eleitoral (BARRETO, 1995, p. 92).

Esclarece Cândido (1996, p. 145-146), que as emissoras de rádio e televisão constituem um serviço público cuja exploração pode ser concedida pela União, o que difere em muito das empresas jornalísticas que possuem um caráter eminentemente privado, estas características não nos permitem avaliar plenamente os possíveis abusos de poder praticados pela imprensa escrita, pelas emissoras de televisão e rádio sob o mesmo prisma, pois seguem regras jurídicas distintas.

Barreto (1995, p. 98) afirma que a mídia impressa é de tal forma apartada do Poder Público que até o seu funcionamento independe de licença, enquanto as emissoras de rádio e de televisão estão totalmente vinculadas ao Estado.

Para Moraes (2009, p. 161), a propaganda abusiva sob o prisma econômico e político tem influência direta de candidatos ou terceiros, sejam eles autoridades públicas, agentes políticos, ou ainda servidores públicos, cabos-eleitorais, empresários, jornalistas, empresas de comunicação, onde todos contribuem com dinheiro, publicidade, gasolina e bens diversos em favor de uma eleição vinculada a determinado partido ou candidato, desequilibrando a igualdade dos participantes e extrapolando os limites do financiamento privado das campanhas eleitorais.

São extremamente lesivas as condutas descritas acima, pouco importando se a conduta foi relevante no aumento de votos ou não. Portanto, explicitando-se o apóio a um candidato através de uma empresa de rádio, televisão ou imprensa escrita, sem conceder ou mesmo possibilitar

a igualdade nos debates políticos aos adversários, é possível caracterizar-se uma conduta de favorecimento e de grande amplitude que atingiu aos eleitores.

Barreto (1995, p. 90-91) deixa claro que existem diferenças em relação aos meios de comunicação, pois se tem alguns meios de comunicação bem distintos, não só em relação à potencialidade de provocar efeitos sobre a opinião pública, mas especialmente sob o ponto de vista do *status* jurídico de cada um deles, por certo os abusos praticados por um e pelo outro também apresentam um grau bastante peculiar de diferenciações, para tanto basta analisar um jornal, que pode este abraçar escancaradamente uma candidatura em específico, a ponto de ignorar totalmente aos demais candidatos, evitando por todos os modos de publicar uma linha sequer sobre estes candidatos, sem que com isso estejam praticando qualquer tipo de *abuso de poder*. Atitude idêntica não se admite das emissoras de rádio e de televisão.

A Lei 8.713/93 em seu art. 67 é bem clara ao afirmar que as emissoras de rádio e televisão ficam obrigadas a dar tratamento igual a todos os candidatos em relação as suas programações e noticiários. Já no mesmo artigo em seu parágrafo primeiro aduz que a preferência na programação normal de emissora de rádio e televisão, em favor de algum candidato ou em detrimento de outro, acarretará a suspensão das transmissões da emissora por um dia, conforme determina a Justiça Eleitoral, fato este apresentado através de denuncia de partido político, de candidato, ou do Ministério Público, do qual se comprovado responsabilizará a empresa às penalidades previstas no art. 323 do Código Eleitoral, e multa de cinco mil a dez mil UFIR (BRASIL, 1993).

É preceituado ainda no Código Eleitoral Lei nº 4.737/65 em seu artigo 323 que divulgar, fatos que sabe serem inverídicos através de propaganda, relacionados a partidos ou candidatos e que possam exercer influência junto ao eleitor é passível de pena de detenção de 2 (dois) meses a 1 (um) ano ou pagamento de 120 (cento e vinte) a 150 (cento e cinquenta) dias-multas (BRASIL, 1965).

Percebe-se que existe uma preocupação do legislador em introduzir um controle mais rígido perante os meios de comunicação que dependem da concessão governamental, entretanto, a mídia impressa, como aquela que geralmente absorve investimentos privados, possui uma liberdade quase que total para manifestar suas preferências eleitorais e possíveis vinculações a partidos políticos, limitando-se, quando muito a conceder direito de resposta aos adversários, ou obedecer ao número de paginações vinculadas a determinados candidatos, o que nem sempre acontece.

4 PROTEÇÃO AOS DIREITOS FUNDAMENTAIS DO ELEITOR: O ABUSO DO PODER NA PROPAGANDA POLÍTICO ELEITORAL E SUA VINCULAÇÃO NA IMPRENSA ESCRITA

A Aplicabilidade dos Direitos Fundamentais nas relações entre partidos políticos e o eleitor em uma possível afronta a Constituição e, por conseguinte, aos Direitos Individuais, nos remete aos controles estatais perante os meios de comunicação relativos à televisão, radiodifusão e empresas jornalísticas, competência esta definida à União conforme previsão constitucional descrita no artigo 21 da Carta Magna que é de competência da União dentre outros aspectos explorar, diretamente ou mediante autorização, concessão ou permissão, os serviços de radiodifusão sonora, de sons e imagens e demais serviços de telecomunicações (BRASIL, 1988).

Ainda, importante demonstrar a autonomia da imprensa escrita perante o Estado, e isto se dá eminentemente através de previsão constitucional, preceituada no artigo 220 que a publicação de veículo impresso de comunicação independe de licença de autoridade (BRASIL, 1988).

Fica evidenciado em nosso ordenamento jurídico pátrio que, não se pode, portanto, mensurar ao certo quais são os abusos de poder praticados pelos diversos meios de comunicação, em especial televisão, rádio e imprensa escrita, existindo tratamentos diferenciados concedidos pelo próprio Estado (MORAES, 2009, p. 161).

Dentre os exemplos de tratamentos diferenciados temos o da esfera de controle da União que abrange a propaganda em rádio e televisão através da Lei 9.096/1995 (Lei dos Partidos Políticos) que dispõe em seu artigo 45 § 6º que a propaganda partidária, no rádio e na televisão, fica restrita aos horários gratuitos disciplinados nesta Lei, com proibição de propaganda paga (BRASIL, 1995).

No mesmo sentido o artigo 46 desta mesma lei afirma que as emissoras de rádio e de televisão ficam obrigadas a realizar, para os partidos políticos, na forma desta Lei, transmissões gratuitas em âmbito nacional e estadual, por iniciativa e sob a responsabilidade dos respectivos órgãos de direção (BRASIL, 1995).

Percebe-se que o controle Estatal é intenso nas esferas de comunicação de radiodifusão e de televisão, que possuem uma maior abrangência, procurando assim coibir propagandas extemporâneas, antecipadas ou prematuras, bem como propagandas criminosas, todavia a mídia impressa, por ter um menor alcance devido ao fato de ser de abrangência regional e por estarem na esfera privada, recebe um tratamento muitas vezes aquém dos controles Estatais em relação à prática abusiva e captativa do eleitor e a violação de seus direitos fundamentais (BARRETO, 1995, p. 97-98).

Por conseguinte a Lei 9.504/1997 conhecida como Lei das Eleições faz referencia a respeito da propaganda eleitoral na imprensa em seu artigo 43 da referida onde são permitidas, até a antevéspera das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 10 (dez) anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada candidato, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tablóide, constando ainda de forma visível, o valor pago pela inserção sob pena de multa no valor de R\$ 1.000,00 (mil reais) a R\$ 10.000,00 (dez mil reais) ou equivalente ao da divulgação da propaganda paga, se este for maior (BRASIL, 1997).

Ramayana (2010, p. 376) reforça que os anúncios de propaganda eleitoral só são possíveis em número máximo de 10 (dez), por veículo, ou seja, cada candidato estará limitado à veicular na imprensa escrita, e por via da rede mundial de computadores na reprodução *on line*, na mesma quantidade. Entende-se por veículo, cada meio de comunicação previsto no artigo legal (imprensa e internet *on line*, reprodução).

Nesta perspectiva vê-se que a mídia impressa resume-se quase que basicamente em um único artigo, demonstrando assim o desapego do Estado no controle do poder de comunicação deste veículo de forma mais enérgica e incisiva, igual aos aplicados na televisão e rádio, tal omissão propicia a prática de atos lesivos, obrigando ao judiciário a intervir.

Neste entendimento temos uma decisão do TRE/MG acerca da matéria em um caso de propaganda eleitoral extemporânea em jornal, onde se traduz que é assente na jurisprudência de nossa Corte que os limites impostos à propaganda eleitoral visam a assegurar a regra isonômica norteadora do processo eleitoral, não implicando violação à livre manifestação do pensamento. O desvirtuamento da conduta nos jornais e demais veículos de imprensa escrita, em relação aos pleitos eleitorais, poderá caracterizar propaganda eleitoral antecipada favorável a terceiro passível da multa prevista no art. 36, § 3º, da Lei nº 9.504/97. (26446 MG, Relator: Min. EROS ROBERTO GRAU, data de julgamento: 27/06/2008; data de publicação: DJ - Diário da Justiça, Data 04/08/2008, Página 3).

Assim percebe-se que os meios de comunicação em relação ao rádio e a televisão seguem um controle mais rígido, justamente pelo fato da União manter concessões sobre estes veículos de comunicação, e o artigo 44 da Lei 12.034 deixa claro que a propaganda eleitoral no rádio e na televisão restringe-se ao horário gratuito definido nesta Lei, vedado a veiculação de propaganda paga. E será punida, nos termos do § 1º do art. 37, a emissora que, não autorizada a funcionar pelo poder competente, veicular propaganda eleitoral. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009) (BRASIL, 1997).

O controle Estatal demonstra sua rigidez determinando, por exemplo, qual a data de início em que as emissoras de rádio e televisão estarão sob

controle do Estado em épocas de eleição conforme preceitua o artigo 45 e incisos da referida lei. Por conseguinte, a Justiça Eleitoral demonstra sua preocupação em relação aos abusos praticados contra candidatos e partidos políticos nestes meios de comunicações televisivas e de radiodifusão, expressos no artigo 53, dos quais não serão admitidos cortes instantâneos ou qualquer tipo de censura prévia nos programas eleitorais gratuitos, bem como veiculação de propaganda que possa degradar ou ridicularizar candidatos, sujeitando-se o partido ou coligação infratores à perda do direito à veiculação de propaganda no horário eleitoral gratuito do dia seguinte (BRASIL, 1997).

Sob outro aspecto, o jornal, tradicionalmente forte no tratamento da informação, tem sucumbido às regras ditadas pela televisão, onde um dos problemas vividos pela imprensa brasileira é a falta de credibilidade dos meios de comunicação, tornando-se o grande mal que aflige o eleitor em épocas de eleições, este fato não é diferente na mídia impressa, sendo comum que candidatos apoiados pela imprensa local em cidades do interior veiculem anúncios em desacordo com os limites de paginação, inclusive com destaques e enaltecimentos que camuflam o evidente abuso de poder econômico (BARRETO, 1995, p. 94).

Fica nítido que em relação aos controles legais dos meios de comunicação relativos à televisão e rádio, que a lei determina pesadas punições em caso de descumprimento, como o que estabelece o artigo 56, que determina que a requerimento de partido, coligação ou candidato, a Justiça Eleitoral poderá determinar a suspensão, por vinte e quatro horas, da programação normal de emissora que deixar de cumprir as disposições desta Lei sobre propaganda (BRASIL, 1997).

Muitas vezes a prática de abusos em épocas de eleição, em especial quando tratam de eleições regionais, como é o caso da decisão do TER/GO do qual o Ministério Público Eleitoral propôs a presente representação eleitoral por propaganda eleitoral extemporânea contra o prefeito de Rio Verde. O Representante sustenta que devemos *afastar a influência prematura na vontade dos eleitores e diminuir a influência do poder político*

e econômico nas eleições (fl. 3). Nesse sentido, o Representante cita precedente do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) no sentido de que "entende-se como ato de propaganda eleitoral aquele que leva ao conhecimento geral, ainda que de forma dissimulada, a candidatura, mesmo que apenas postulada, a ação política que se pretende desenvolver ou razões que induzam concluir que o beneficiário é o mais apto ao exercício da função pública" (TSE, RESP 15.732-MA, Rel. Min. EDUARDO ALCKIMIN) [fl. 3] (BRASIL, 2010, grifo nosso).

Extrema-se a importância da participação do Poder Judiciário para assegurar os direitos fundamentais, pois o abuso de poder, torna-se evidente e caminha em desencontro ao que reza a Constituição Federal, tal situação pode ser perfeitamente demonstrada através de decisão do relator Min. Fernando Neves, do Tribunal Superior Eleitoral em investigação judicial de imprensa escrita (jornal), divulgando fotos e materiais em favorecimento de um candidato, desta forma se usando indevidamente dos meios de comunicação social através de tiragem expressiva, demonstrando-se claramente, o abuso do poder econômico, retratando em potencial para desequilibrar a disputa eleitoral, caracterizando uso indevido dos meios de comunicação e abuso do poder econômico, nos termos do art. 22 da Lei Complementar nº 64/90." (TSE, Ac. nº 688, de 15.4.2004, rel. Min. Fernando Neves) (MORAES, 2010, p. 377, grifo nosso).

Verifica-se que a intervenção judicial se faz constante para dirimir malgrados abusos de poder, como por exemplo, cita-se as eleições de 2010 em recurso eleitoral relativo a propaganda eleitoral na imprensa escrita e a não divulgação de forma visível do valor pago pela inserção, ou seja a divulgação de propaganda eleitoral em órgão de imprensa escrita, sem a menção, no bojo da propaganda, de forma visível, do valor pago pela inserção, constitui infração ao disposto no art. 43, § 1º, da Lei 9.504/97, sujeitando os responsáveis à multa. (98754 AC, Relator: DAVID WILSON DE ABREU PARDO; data de julgamento: 14/09/2010; data de publicação: PSESS - Publicado em Sessão, Volume 17:25, Tomo 83, Data 14/09/2010) (BRASIL, 2010).

Em um comparativo, como se tratam de meios de comunicação bem distintos, onde de um lado tem-se o rádio e a televisão e do outro a imprensa escrita, não só em relação a potencialidade de provocar efeitos sobre a opinião pública, mas sob o ponto de vista do status jurídico de cada um deles, e mesmo os abusos praticados por um ou outro apresentam graus bem variados e peculiares.

Em relação à mídia impressa, um jornal, por exemplo, pode dar pleno e irrestrito apoio a um candidato específico, ignorando aos demais candidatos, sem ao menos fazer qualquer publicação ou referencia a este candidato, mesmo estando contra ou a favor, não caracterizando a princípio qualquer tipo de abuso de poder, ao contrário das emissoras de televisão e rádio, que devem tratar os candidatos de forma equânime.

Barreto (1995, p. 98-99) resume que a mídia impressa, por ser geralmente um negócio exclusivamente privado, tem liberdade praticamente total para externar suas vinculações ou preferências eleitorais, sujeitando-se apenas ao exercício do direito de resposta garantido pela legislação aos candidatos ou coligações.

Os abusos de poder na esfera dos meios de comunicação refletem uma conduta potencialmente lesiva para desequilibrar as eleições, não raras vezes cidades em vésperas de eleições que normalmente possuíam apenas um único meio de comunicação escrita local (jornal), surpreendentemente em épocas que antecedem ao pleito eleitoral afloram como que da noite para o dia com novas empresas jornalísticas.

É comum que candidatos apoiados pela imprensa local em cidades do interior veiculem anúncios em desacordo com os limites da paginação, inclusive com destaques e enaltecimentos que camuflam o evidente abuso do poder econômico (MORAES, 2010, p. 377).

O legislador prevendo este tipo de abuso amparou-se no artigo 22 da Lei Complementar nº 64, de maio de 1990, dizendo que qualquer partido político, coligação, candidato ou Ministério Público Eleitoral poderá representar à Justiça Eleitoral, diretamente ao Corregedor-Geral ou Regional, denunciando através de fatos, provas e circunstâncias, requisitando para

tanto a abertura de investigação judicial, com fins de verificar o desvio ou abuso do poder econômico e abuso de autoridade, e o uso indevido de veículos ou meios de comunicação social, favorecendo determinados candidatos ou partidos políticos (BRASIL, 1990).

Contudo, tais abusos na maioria das vezes necessitam da intervenção do poder judiciário, isso, quando se fala de imprensa escrita, não possuindo assim o mesmo rigor e rapidez concernentes aos controles do Estado no tocante aos meios de comunicação de rádio e televisão.

Assevera Coelho que desta forma, diante da segurança constitucional, deve-se fazer parte das relações concernentes às eleições tratamentos igualitários entre os meios de comunicação, partidos políticos, que propiciem noções e ideais de justiça social, solidariedade, proteção ao eleitor, para, enfim, a dignidade da pessoa humana se posicionar como o cerne das relações obrigacionais estabelecidas (2010, p. 61).

Nesta construção jurídica, a Constituição propiciou igualdade a todos perante a lei no tocante aos direitos fundamentais, direitos estes que estão contidos em seu art. 5º, conferindo com isso as pessoas uma gama variada de garantias, irrenunciáveis e imprescritíveis, concernentes “à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade.”

Percebe-se com o entendimento de Carrazza (2004. p. 368, grifo nosso), que na medida em que exercitamos tais direitos fundamentais, criamos situações jurídicas ativas que são verdadeiros direitos subjetivos, *dos quais o seu titular pode opor a qualquer outra pessoa, inclusive ao próprio Estado.*

5 CONCLUSÃO

O Poder do Estado e seu papel nos direitos fundamentais individuais interessam especificamente também na questão da Aplicabilidade dos Direitos Fundamentais nas relações entre partidos políticos e o eleitor em uma possível afronta a Constituição e, por conseguinte, aos Direitos Individuais.

Gritante é a diferenciação concedida a imprensa escrita, porque, antagonicamente a rádio e a televisão, via de regra, a tiragem da imprensa escrita é restrita a determinada população, sendo supostamente reduzida sua influência junto ao eleitorado. Além disso, as emissoras de rádio e televisão são concessionárias de um serviço público, diferentemente dos órgãos da imprensa escrita, que são geralmente exploradas por empresas jornalísticas privadas, sem vínculo com a Administração Pública.

Contrariamente a isto, na imprensa escrita, é permitida a divulgação paga, de propaganda eleitoral, no espaço máximo por edição, para cada candidato, partido ou coligação, de um oitavo de página de jornal padrão, e de um quarto de página de revista ou tablóide.

Entretanto, o uso da mídia impressa, bem como de empresas gráficas particulares, inclusive aquelas de propriedade do próprio candidato, que se beneficiam de divulgações pessoais e impressão de material de propaganda, induzindo em erro ao eleitor através do uso indevido destes veículos ou meios de comunicação social.

A imprensa escrita privada, em épocas de eleições regionais, não raras vezes, favorecem candidatos ou partidos políticos em detrimento do cidadão eleitor, causando impactos posteriores nestes meios sociais, tendo em vista que o candidato teria sido eleito através de propagandas manipuladoras que supostamente afetaram a vontade do eleitor.

Contudo, não se deve entender que a previsão do artigo 5º, em seus incisos IV, V e IX da Constituição Federal de 1988, do qual prevê a livre manifestação do pensamento, sejam argumentos extensivos ao vandalismo eleitoral, tecendo-se absurdas linhas na mídia impressa no intuito de angariar votos a qualquer custo, tais princípios e direitos fundamentais do cidadão não podem sucumbir a abusos em relação à propaganda eleitoral.

O próprio Código Eleitoral já prevê a liberdade da propaganda eleitoral e suas vedações, onde o artigo 220 veda qualquer censura de natureza política, ideológica e artística. Entretanto, existe um princípio dentro do Direito Eleitoral, que é o Controle Judicial da Propaganda, onde prevê

que é de exclusiva competência da Justiça Eleitoral a aplicação das regras jurídicas a respeito de propaganda partidária ou eleitoral.

Percebe-se que a propaganda é essencial para a política, pois é o meio pelo qual os partidos e os candidatos podem se comunicar com o eleitorado, contudo é incabível que em épocas de eleições, grandes poderios econômicos se aproveitem de mecanismos como os dos meios de comunicações para praticarem atos abusivos e indiscriminados, como ocorre com a imprensa escrita privada em certos casos.

Vive-se em uma sociedade livre, baseada em um regime democrático. Essa sociedade livre é regrada pelo direito constitucional, que por sua vez prevê que dentro dos direitos dessa sociedade livre está o direito de votar e ser votado, propiciando a livre convicção dos eleitores, afastando quaisquer interferências manipuladoras que afetem aos direitos fundamentais do cidadão em detrimento de abusos de poder na política eleitoral perante a imprensa escrita privada.

*PROTECTION OF FUNDAMENTAL RIGHTS OF VOTERS: THE ABUSE OF POWER IN
ELECTORAL POLITICS PROPAGANDA LINKED TO THE WRITTEN PRESS*

ABSTRACT

This article addresses the controversial issues regarding political parties and the use of media in times of election campaign, particularly the written press. Initially it will give a focus to the historical aspects related to politics and the use of the media, demonstrating that the binding of this theme dispenses the most remote times regarding abuses by Political Entities, often influencing voters through advertising election not free. Subsequently, there is a focus on aspects of electoral legislation and their predictions regarding the use of media by political parties, including the relevant principles to electoral matters as well as matters relating the use of media. Finally, look wil show that in certain situations the electoral political power can influence voters at the expense of a massive operation with the media, in this case the press,

releasing false information inducing voter error in making their decisions to vote, thus injuring principles and fundamental rights.

Keywords: Political parties. Media. Media writing. Principles. Fundamental rights.

REFERÊNCIAS

BARRETO, Lauro. **Escrúpulo & Poder**: o abuso de poder nas eleições brasileiras. Bauru: Edipro, 1995.

BARRETO, Lauro. **Escrúpulo & Poder**: o abuso de poder nas eleições brasileiras. Bauru: Edipro, 1995.

BRASIL. TSE - Recurso Especial Eleitoral: **RESPE 26446 MG**. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/14637765/recurso-especial-eleitoral-respe-26446-mg-tse>>. Acesso em: 5 set. 2012.

BRASIL. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/9060428/representacao-rep-70846-go-tre-go>>. Acesso em: 5 set. 2012.

BRASIL. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/navegue/2010/TRE-AC>>. Acesso em: 5 set. 2012.

BRASIL. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm>. Acesso em: 5 set. 2012.

BRASIL. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/Lcp64.htm>. Acesso em: 5 set. 2012.

BRASIL. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 5 set. 2012.

BRASIL. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4737.htm>. Acesso em: 5 set. 2012.

BRASIL. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8713.htm>. Acesso em: 5 set. 2012.

BRASIL. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9096.htm>. Acesso em: 5 set. 2012.

CANDIDO, Joel José. **Direito eleitoral brasileiro**. 6. ed. rev. e atual. Bauru: Edipro, 1996.

CARRAZZA, Roque Antonio. **Curso de direito constitucional tributário**. 20. ed. São Paulo: Malheiros Editores, 2004.

COELHO, Marcus Vinicius Furtado. Direito eleitoral e processo eleitoral – Direito penal eleitoral e direito político. 2. ed. rev. atual. e ampl. Rio de Janeiro: Renovar, 2010.

DI FRANCO, Carlos Alberto. Ouvir o leitor é preciso. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 17 out. 1994.

MORAES, Marcos Ramayana Blum de. **Direito eleitoral**. 10. ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2010.

MORAES, Marcos Ramayana Blum de. **Resumo de direito eleitoral**. 3. ed. Niterói: Impetus, 2009.

TELES, Ney Moura. **Direito Eleitoral, comentários à lei 9.100**, de 29 de setembro de 1995. Leme: Ed. de Direito Ltda., 1996.