

# PROPAGANDA POLÍTICA: PARTIDÁRIA E ELEITORAL

Ricardo NAKAHASHI<sup>1</sup>

Rodrigo KUNIOCHI<sup>2</sup>

**Resumo:** A “Carta Magna” assegurou ao cidadão brasileiro a livre manifestação do pensamento (art. 5.º, IV) e a livre expressão da atividade intelectual e de comunicação (art. 5.º, IX), assegurando também a livre criação, fusão e coligação de Partidos Políticos (art. 17, caput). Com base nos dispositivos citados e através da legislação ordinária, dentro de uma interpretação sistemática e principiológica da Constituição, pode-se constatar que existem dois direitos positivos de informar estabelecidos na legislação que configuram uma espécie de “direito de antena”: na propaganda político partidária e na propaganda político eleitoral.

Palavras-chaves: Propaganda política. Diferenças. Partidária. Eleitoral.

## INTRODUÇÃO

A Constituição brasileira assegurou aos partidos políticos acesso gratuito ao rádio e à televisão, através do artigo 17, parágrafo 3.º. Exposto isso, pode-se concluir que existe o direito positivo dos partidos políticos aos meios de informação. Está no inciso III, parágrafo 3.º, mas esses acessos ao direito de informação são distintos e por isso mesmo chamados de propaganda política partidária e de propaganda política eleitoral. O direito de acesso ainda nesses casos dos partidos políticos é mais restrito em relação ao português<sup>3</sup>. Alguns ordenamentos serão analisados como parâmetros.

A propaganda visa todo o tipo de convencimento, inclusive ideológico, enquanto que a publicidade é uma divulgação objetivando vender um produto comercial. Portanto, não existe publicidade partidária.

## DESENVOLVIMENTO

Nos períodos não eleitorais, os ocupantes de cargos eletivos, líderes ou membros de partidos têm direito a horários nas emissoras de rádio e televisão de âmbito, regulares e proporcionais para propagação de idéias e doutrinas. É a chamada propaganda político partidária. Esse dispositivo é semelhante ao artigo 40, 1, da Constituição de

<sup>1</sup> Discente das Faculdades Integradas “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente.

<sup>2</sup> Discente das Faculdades Integradas “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente.

<sup>3</sup> Araujo, Luiz Alberto David e Nunes Júnior, Vidal Serrano. *Curso de Direito Constitucional*, p. 104.

Portugal, denominado de direito de antena, que por ser bastante amplo também é assegurado aos partidos políticos.

A Constituição de Portugal também garante a propaganda eleitoral no artigo 113.º, n.º 3, alínea “a”<sup>4</sup>. Os dispositivos portugueses precisam ser citados, pois qualificou as propagandas políticas eleitoral e partidárias, como espécies de direito de antena. E o artigo 40 da Lei Maior lusitana faz as importantes diferenças na comparação com o artigo 113.

O direito de orientação dos seus órgãos de comunicação está previsto no artigo 38, n.º 2, alínea “a”, em parte, enquanto que o direito de antena está no artigo 40.º, n.º 1. Por outro lado, existe ainda o direito de antena específico dos partidos parlamentares que não façam parte do Governo, que estão no artigo 40.º, no. 2.º, 1.ª parte. Finalmente, o direito de resposta e réplica políticas dos mesmos partidos estão na 2.ª parte do mesmo artigo.

Na Itália, a justificação desses direitos se dá com base na formação da opinião pública, a fim de que esta conheça os programas, as metas e os candidatos aos cargos públicos<sup>5</sup>.

O acesso gratuito ao rádio e à televisão, embora assegurado constitucionalmente, tem sido modificado pela legislação ordinária. Este acesso, além de cobrar as posições doutrinárias e ideológicas, revela-se, ao mesmo tempo, como o melhor instrumento de propagar idéias e difundir ou combater opiniões.

Há diferenças importantes entre a propaganda partidária e a propaganda eleitoral, como ficará demonstrado. Inicialmente, uma rápida abordagem sobre a propaganda partidária que é um efetivo direito positivo de informar. Um acesso setorizado, mas importante.

Complementando o dispositivo do artigo 17 da Constituição, a Lei Orgânica dos Partidos Políticos (Lei n.º 9096/95) trata da propaganda partidária nos artigos 45 a 49 e entre os artigos 56 a 57, inclusive definindo o horário da transmissão em bloco pelas emissoras (19h30m às 22 horas).

Diferencia-se a propaganda eleitoral, da propaganda partidária, pois esta consistente na divulgação das metas programáticas ou programas e ideais dos partidos políticos, cuja regência está amparada na Lei 9.096/95, (artigos 45 a 49), pois é realizada fora da época ou período próximo das eleições e com a finalidade de conseguir simpatizantes.

Já a propaganda eleitoral é feita em período preestabelecido, antes dos pleitos, mas apenas nos anos de eleição, com a finalidade da obtenção de sufrágios em disputas por cargos públicos, no âmbito dos Poderes Legislativo e Executivo.

A legislação eleitoral é detalhista, a fim de que haja lisura nos pleitos e fique assegurado dentro da democracia, a igualdade de tratamento de todos os candidatos. Nos jornais e revistas, por exemplo, além de um período determinado, a propaganda eleitoral tem que obedecer à uma regra: 1/8 de página em caso de jornal do tamanho padrão e 1/4 de página para os tablóides.

---

<sup>4</sup> Miranda, Jorge. *Manual de Direito Constitucional, Parte IV*, p. 454.

<sup>5</sup> Zeno-Zencovich, Vincenzo; Clemente, Michele e Lodato, Maria Gabriella. *La responsabilità professionale del giornalista e dell'editore*, p. 366. “Solidamente o interesse público vem individualizado a um interesse da coletividade de conhecer determinados fatos. Se fala aqui de limite funcional ou respeito ao escopo da informação que antes de tudo visa a formação da opinião pública (Tribunal. Roma 21 outubro 1974).

Por outro lado, a Justiça Eleitoral fica encarregada de fiscalizar propaganda disfarçadas, fora de espaço, colocadas em editoriais, cartas dos leitores ou notícias. Fica vetado os veículos de comunicação impresso mostrar tendência ou apoiar um determinado candidato.

Já os candidatos jornalistas e radialistas são obrigados a se afastar dos seus programas no período pré-eleitoral.

Para produzir os vídeos que serão apresentados nas emissoras de televisão e as produções sonoras que serão levadas ao ar nas rádios, os partidos podem se valer de recursos obtidos através de doações e do chamado fundo partidário. O dinheiro do fundo é arrecadado pelas multas eleitorais impostas aos candidatos e aos próprios partidos. Existe ainda a possibilidade de arrecadações outras, observado as condições estabelecidas nos artigos 38 e 41, II, da Lei dos Partidos Políticos.

Tendo como indicadores básicos o número de votos alcançados e o número de parlamentares que elege, cada agremiação partidária terá um tempo de propaganda que varia de dois minutos por semestre (em rede nacional para todas emissoras de sinal aberto de televisão e em todas as emissoras de rádio) a um programa em cadeia nacional. E ainda um programa em rede estadual em cada semestre, com duração de vinte minutos cada, além de mais 40 minutos em cadeia nacional e 40 minutos em rede estadual para inserções de trinta segundos a um minuto cada.

No segundo semestre do ano da eleição, fica vetada a propaganda partidária, pois poderia ser confundida com propaganda eleitoral.

Para fornecer esses espaços em horários chamados nobres, as emissoras de rádio e televisão têm direito a compensação fiscal pela cedência do horário gratuito para propaganda partidária, de acordo com o parágrafo único do artigo 52 da Lei n.º 9.096/95.

A propaganda política eleitoral é tratada diferentemente da política partidária. O Código Eleitoral (Lei 4.737/65) e a Lei 9.504/97 regulam a propaganda política eleitoral dos candidatos durante o período de campanha eleitoral. Somente pode ser feita no ano da eleição.

Inicialmente trazemos a definição de Pinto Ferreira<sup>6</sup>, que define propaganda como uma técnica de apresentação de argumentos e opiniões ao público, de tal modo organizada e estruturada para induzir conclusões ou pontos de vista favoráveis aos seus anunciantes. A propaganda é um conjunto de técnicas empregadas nos veículos de comunicação para sugerir pessoas na tomada de decisão.

A propaganda política, tanto a partidária como a eleitoral, por sua vez, são feitas com o objetivo de conseguir cargos eletivos para os candidatos interessados, fortalecer-lhes a imagem perante os seus eleitores, entre outras coisas. Todavia, a partidária é feita fora da época e do ano das eleições e com vistas a atrair seguidores para os partidos e simpatia dos eleitores.

A Propaganda Eleitoral Gratuita ainda é regulada pelo Código Eleitoral, que estabelece, por exemplo, que essa propaganda se fará apenas na língua portuguesa. O crime de corrupção eleitoral previsto no artigo 299 do Código Eleitoral é outro dispositivo em pleno vigor. Os julgamentos dos processos relativos às eleições são julgados pelo Tribunal Regional Eleitoral ou pelo Tribunal Superior Eleitoral, ficando para as Justiças Estaduais a parte operacional, visando viabilizar as eleições e ainda exercer o chamado “Poder de Polícia”.

---

<sup>6</sup> Pinto Ferreira, Luiz. *Código Eleitoral Comentado*, p. 60.

A propaganda eleitoral é feita apenas no ano da eleição e depois do dia 5 de julho, que é a data que vence o prazo para o pedido de registro da candidatura frente a Justiça Eleitoral. O prazo final para veiculação termina 48 horas antes da realização da eleição. Nas 24 horas posteriores também está proibida. Qualquer tipo de violação é punida com multas, mas existe uma exceção para propaganda eleitoral no período de 48 horas antes da eleição. Com a finalidade de evitar ataques sem nenhuma responsabilidade, a Justiça Eleitoral concede nesses casos os direitos de resposta e réplica.

A Lei 7.773/89 estabeleceu, inicialmente, a propaganda entre os dias 15 de setembro a 12 de novembro, ou seja, 59 dias. A Lei 8.214/91 (eleição para prefeitos, vice e vereadores) fixou 45 dias para a propaganda. A Lei 8.713/93 também reservou 60 dias para as eleições de 94.

A Lei 9.100/95 trouxe as regras para a propaganda eleitoral, no rádio e na televisão, ficando restrita ao horário gratuito definido nesta lei. Estão distribuídas entre os artigos 56 a 61. Mas existe um dispositivo mais recente que inclusive aborda a propaganda na Internet.

A Lei n. ° 9.504/97 disciplinou a propaganda eleitoral visando proporcionar igualdade e estabeleceu os períodos. Os artigos 44, 45, 46 e 47 disciplinaram a propaganda no rádio e na televisão. Já o artigo 36, caput, menciona o prazo para que os candidatos, partidos e coligações, possam iniciar a propaganda eleitoral com vistas ao pleito. Modificando a legislação anterior (art. 240, CE; Lei 8.713/91, artigo 59; Lei 9.100/95, artigo 50), que fixava a escolha do candidato em convenção, a mais recente legislação estipulou tempo certo, com início de julho do ano da competição (artigo 1.º Resolução 20.106/98 – TSE) e término quarenta e oito horas antes do pleito, de acordo com o artigo 140 do Código Eleitoral.

Tecnicamente, a feição positiva do direito de informar ocorre, com alguma amplitude, durante o período chamado propaganda eleitoral gratuita e também durante a propaganda partidária, onde, novamente, há algumas restrições: apenas os partidos políticos podem exercer o direito de informar.

Nas emissoras de rádio e televisão é proibida a propaganda partidária paga, sendo que os horários gratuitos (divididos em blocos de 25 minutos, quatro vezes ao dia – artigo 47, parágrafo 1.º são garantidos apenas aos partidos e coligações com candidato e representação na Câmara dos Deputados. A divisão do tempo obedece a um critério de conceder um terço do tempo numa divisão igualitária.

O restante 2/3 serão divididos proporcionalmente ao número de representantes do partido ou coligação na Câmara dos Deputados na data do início da legislatura em curso.

No caso das eleições majoritárias do Executivo pode ocorrer segundo turno para Presidente, Governador e para Prefeito (neste caso em apenas cidades maiores, com mais de 200 mil eleitores). As emissoras nesse caso concederão dois períodos diários de vinte minutos para este novo turno cada eleição, com uma divisão igualitária do tempo.

A amplitude dada aos partidos políticos tem outra restrição importante. Somente os pré-candidatos, candidatos e os líderes desses partidos utilizam-se do espaço reservado para as emissoras de rádio e televisão. Os candidatos são os que se apresentam para concorrer a um cargo eletivo e os pré-candidatos são os que anteriormente se apresentam para concorrer aos cargos. Vale lembrar que os Deputados Federal, Distrital ou Estadual e ainda os Vereadores que buscam a reeleição são candidatos natos, ou seja, tem direito do registro de candidatura para o mesmo cargo pelo partido ao qual esteja filiados.

Nesse aspecto positivo do direito de acesso aos veículos de comunicação, a nova legislação trouxe restrições e novidades. Algumas positivas, pois a propaganda eleitoral no rádio e na televisão só pode ser realizada no horário gratuito.

Os tempos de emissão para a propaganda eleitoral devem estar sujeitos a todos os corolários do princípio da representatividade, conducentes a uma igualdade gradativa.

As emissoras de rádio e televisão não podem entrevistar pessoas para falar sobre em quem votarão. Não poderão veicular propaganda sobre candidatos ou dar tratamento privilegiado a nenhum concorrente no pleito.

Para Gomes Canotilho<sup>7</sup>, os partidos que concorram em todo o território nacional terão direito a mais tempo de emissão do que os que concorrem apenas por certos círculos. Já a divisão de horário dentro dos partidos é uma questão interna, embora a lei garanta tempo para a chapa majoritária e tempo para a proporcional.

Em Portugal, Jorge Miranda<sup>8</sup> elenca os direitos dos partidos: “– *Direito de orientação dos seus órgãos de comunicação (art. 38.º, n.º 2, aliena ‘a’ – em parte); Direito de antena (art. 40.º, n.º 1); Direito de antena específico dos partidos parlamentares que não façam parte do Governo (art. 40.º, n.º 2, 1.ª parte); Direito de resposta e réplica política dos mesmos partidos (art. 40.º, n.º 2, 2.ª parte).*

Com base nos dispositivos lusos, podemos detectar que existe uma deficiência de acesso mais amplo a esse direito no Brasil. É um direito coletivo amplo em termos de alcance político, mas individualmente precário. Inicialmente, existe a necessidade de filiação a um partido político e, depois disso, dentro da agremiação política, pleitear uma vaga, o que garantirá o acesso. Se isso não bastasse, os espaços concedidos ainda são proporcionais ao número de parlamentares. Isso dá a cada candidato, na eleição do Legislativo, um pequeno espaço de tempo dentro do programa eleitoral.

É verdade que o cidadão não filiado a outra agremiação partidária pode tomar parte da propaganda eleitoral em apoio a um determinado candidato de partido ou coligação. Todavia, os partidos ou coligações podem escolher apenas personalidades, como artistas, cantores e outros. Fica proibida a participação mediante pagamento.

O descumprimento das normas sujeita a emissora infratora a sanções que podem chegar à suspensão da programação por 24 horas, com duplicação da sanção em caso de reiteração de crime eleitoral. A sanção pode ser solicitada pelo partido ou coligação prejudicados, além do próprio candidato à Justiça Eleitoral competente.

É proibida a censura prévia ou cortes instantâneos nos programas eleitorais gratuitos, mas existe a possibilidade da Justiça Eleitoral cancelar um programa, o que ocorre sempre quando houver abuso. Alguns juizes eleitorais nas cidades estabelecem um tipo de censura no último dia da propaganda eleitoral, solicitando cópias antecipadas dos programas que serão exibidos. A medida é bastante discutível, pois visa coibir ataques que não teriam como ser respondidos e, portanto, não haveria uma punição efetiva. Não se concorda com a censura, aliás, proibida pela Constituição e a solução seria prorrogar a exibição dos dias de exibição, a fim de permitir o direito de resposta.

Nos períodos anteriores ao último dia, o infrator pode ter programa cancelado. Pode ainda perder o dobro do tempo usado na prática do ilícito, o que ficaria inviável depois de definida a sorte das urnas. A sanção é dobrada em caso de reincidência, embora

---

<sup>7</sup> Gomes Canotilho, José Joaquim. *Direito Constitucional e Teoria da Constituição*, p.317.

<sup>8</sup> Miranda, Jorge. *Manual de Direito Constitucional, Volume IV*, p. 465.

essa perda não exclua a responsabilidade pelos crimes de calúnia, injúria ou difamação previstos no Código Eleitoral. Como os órgãos de comunicação são responsáveis pela formação da opinião pública, os limites estabelecidos estão diretamente vinculados ao princípio da igualdade, qual seja, de assegurar a igualdade de exposição dos candidatos “.

## **HORÁRIO GRATUITO ELEITORAL**

A lei eleitoral estipulou o tempo de cada partido na TV e no Rádio, evitando, assim, que o poder econômico fosse a motriz única destes importantes veículos de massa. Dando-se o acesso a todos os partidos, cada qual de acordo com sua representação, estaria democratizado o acesso. O legislador delimitou o horário eleitoral como sendo a única propaganda a ser veiculada nessas mídias.

De fato, o art. 44 da Lei 9.504/97 é enfático ao dizer que a propaganda eleitoral no rádio e na televisão restringe-se ao horário gratuito, vedando a veiculação de propaganda paga.

E nos artigos 47 e 49, a mesma lei define os horários de exibição, nas emissoras de rádio e televisão, da propaganda eleitoral.

*Art. 47. As emissoras de rádio e de televisão e os canais de televisão por assinatura mencionados no art. 57 reservarão, nos quarenta e cinco dias anteriores à antevéspera das eleições, horário destinado à divulgação, em rede, da propaganda eleitoral gratuita, na forma estabelecida neste artigo.*

*§ 1º A propaganda será feita:*

*I - na eleição para Presidente da República, às terças e quintas-feiras e aos sábados:*

*a) das sete horas às sete horas e vinte e cinco minutos e das doze horas às doze horas e vinte e cinco minutos, no rádio;*

*b) das treze horas às treze horas e vinte e cinco minutos e das vinte horas e trinta minutos às vinte horas e cinquenta e cinco minutos, na televisão;*

*II - nas eleições para Deputado Federal, às terças e quintas-feiras e aos sábados:*

*a) das sete horas e vinte e cinco minutos às sete horas e cinquenta minutos e das doze horas e vinte e cinco minutos às doze horas e cinquenta minutos, no rádio;*

*b) das treze horas e vinte e cinco minutos às treze horas e cinquenta minutos e das vinte horas e cinquenta e cinco minutos às vinte e uma horas e vinte minutos, na televisão;*

*III - nas eleições para Governador de Estado e do Distrito Federal, às segundas, quartas e sextas-feiras:*

*a) das sete horas às sete horas e vinte minutos e das doze horas às doze horas e vinte minutos, no rádio;*

*b) das treze horas às treze horas e vinte minutos e das vinte horas e trinta minutos às vinte horas e cinquenta minutos, na televisão;*

*IV - nas eleições para Deputado Estadual e Deputado Distrital, às segundas, quartas e sextas-feiras:*

a) das sete horas e vinte minutos às sete horas e quarenta minutos e das doze horas e vinte minutos às doze horas e quarenta minutos, no rádio;

b) das treze horas e vinte minutos às treze horas e quarenta minutos e das vinte horas e cinquenta minutos às vinte e uma horas e dez minutos, na televisão;

V - na eleição para Senador, às segundas, quartas e sextas-feiras:

a) das sete horas e quarenta minutos às sete horas e cinquenta minutos e das doze horas e quarenta minutos às doze horas e cinquenta minutos, no rádio;

b) das treze horas e quarenta minutos às treze horas e cinquenta minutos e das vinte e uma horas e dez minutos às vinte e uma horas e vinte minutos, na televisão;

VI - nas eleições para Prefeito e Vice-Prefeito, às segundas, quartas e sextas-feiras:

a) das sete horas às sete horas e trinta minutos e das doze horas às doze horas e trinta minutos, no rádio;

b) das treze horas às treze horas e trinta minutos e das vinte horas e trinta minutos às vinte e uma horas, na televisão;

VII - nas eleições para Vereador, às terças e quintas-feiras e aos sábados, nos mesmos horários previstos no inciso anterior.

§ 2º Os horários reservados à propaganda de cada eleição, nos termos do parágrafo anterior, serão distribuídos entre todos os partidos e coligações que tenham candidato e representação na Câmara dos Deputados, observados os seguintes critérios:

I - um terço, igualmente;

II - dois terços, proporcionalmente ao número de representantes na Câmara dos Deputados, considerado, no caso de coligação, o resultado da soma do número de representantes de todos os partidos que a integram.

§ 3º Para efeito do disposto neste artigo, a representação de cada partido na Câmara dos Deputados é a resultante da eleição. (Redação dada pela Lei nº 11.300, de 2006)

§ 4º O número de representantes de partido que tenha resultado de fusão ou a que se tenha incorporado outro corresponderá à soma dos representantes que os partidos de origem possuíam na data mencionada no parágrafo anterior.

§ 5º Se o candidato a Presidente ou a Governador deixar de concorrer, em qualquer etapa do pleito, e não havendo a substituição prevista no art. 13 desta Lei, far-se-á nova distribuição do tempo entre os candidatos remanescentes.

§ 6º Aos partidos e coligações que, após a aplicação dos critérios de distribuição referidos no caput, obtiverem direito a parcela do horário eleitoral inferior a trinta segundos, será assegurado o direito de acumulá-lo para uso em tempo equivalente.

Art. 49. Se houver segundo turno, as emissoras de rádio e televisão reservarão, a partir de quarenta e oito horas da proclamação dos resultados do primeiro turno e até a antevéspera da eleição, horário destinado à divulgação da propaganda eleitoral gratuita, dividido em dois períodos diários de vinte minutos para cada eleição, iniciando-se às sete e às doze horas, no rádio, e às treze e às vinte horas e trinta minutos, na televisão.

§ 1º Em circunscrição onde houver segundo turno para Presidente e Governador, o horário reservado à propaganda deste iniciar-se-á imediatamente após o término do horário reservado ao primeiro.

*§ 2º O tempo de cada período diário será dividido igualmente entre os candidatos.*

Mas muitos deveriam saber que o Horário Eleitoral Gratuito, os espaços comerciais que “gentilmente” as emissoras cedem aos partidos políticos, não é tão gratuito assim. Ora, para financiar seus gastos, o governo utiliza-se de mecanismos tributários, onde tal sistema existe várias desonerações com diversos fins, como, por exemplo, compensar gastos realizados pelos contribuintes com serviços não atendidos pelo governo; compensar ações complementares às funções típicas de Estado desenvolvidas por entidades civis; promover a equalização das rendas entre regiões e/ou incentivar determinado setor da economia. Nesse caso, essas desonerações irão se constituir em uma alternativa às ações Políticas de Governo. E, tal grupo de desonerações irá compor o que se convencionou denominar pela Secretária da Receita Federal de gastos tributários (são gastos indiretos do governo realizados por intermédio do sistema tributário visando atender objetivos econômicos e sociais. São explicitados na norma que referencia o tributo, constituindo-se uma exceção ao sistema tributário de referência, reduzindo a arrecadação potencial e, conseqüentemente, aumentando a disponibilidade econômica do contribuinte. Têm caráter compensatório, quando o governo não atende adequadamente a população dos serviços de sua responsabilidade, ou têm caráter incentivador, quando o governo tem a intenção de desenvolver determinado setor ou região), e um dos principais gastos tributários, relacionado inclusive no demonstrativo anual da Receita Federal, é o chamado Horário Eleitoral Gratuito.

Em verdade, o acesso ao horário eleitoral é que é gratuito, e não sua exibição, logo as emissoras de rádio e televisão obrigadas à divulgação podem abater do IR, pela exibição, 80% do que ganhariam com a venda do espaço publicitário no tempo cedido aos partidos.

Esse benefício está regulado pelo Decreto Nº 5.331/2005, mas já estava previsto nas Leis 9.096/95 e 9.504/97, em seus artigos 52 e 99, respectivamente.

*Lei 9.096/95 - Art. 52.*

*Parágrafo único. As emissoras de rádio e televisão terão direito a compensação fiscal pela cedência do horário gratuito previsto nesta Lei.*

*Lei 9.504/97 - Art. 99.*

*As emissoras de rádio e televisão terão direito a compensação fiscal pela cedência do horário gratuito previsto nesta Lei.*

O benefício concedido às emissoras acarreta, anualmente, uma perda de arrecadação em mais de 100 milhões, e esses números só tendem a aumentar, diante do advento do Decreto 5.331, assinado pelo presidente Lula em 2005, que muda os critérios dessa compensação fiscal.

*Decreto 5.331/2005*

*Art. 1º As emissoras de rádio e televisão obrigadas à divulgação gratuita da propaganda partidária ou eleitoral poderão, na apuração do Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ), excluir do lucro líquido, para efeito de determinação do lucro real, valor correspondente a oito décimos do resultado da multiplicação do preço do espaço*

*comercializável pelo tempo que seria efetivamente utilizado pela emissora em programação destinada à publicidade comercial, no período de duração da propaganda eleitoral ou partidária gratuita.*

*§ 1º O preço do espaço comercializável é o preço de propaganda da emissora, comprovadamente vigente no dia anterior à data de início da propaganda partidária ou eleitoral, o qual deverá guardar proporcionalidade com os praticados trinta dias antes e trinta dias depois dessa data.*

*§ 2º O disposto no § 1º aplica-se à propaganda eleitoral relativa às eleições municipais de 2004.*

*§ 3º O tempo efetivamente utilizado em publicidade pela emissora não poderá ser superior a vinte e cinco por cento do tempo destinado à propaganda partidária ou eleitoral, relativo às transmissões em bloco, em rede nacional e estadual, bem assim aos comunicados, instruções e a outras requisições da Justiça Eleitoral, relativos aos programas partidários de que trata a Lei nº 9.096, de 19 de setembro de 1995, e às eleições de que trata a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997.*

*§ 4º Considera-se efetivamente utilizado em cem por cento o tempo destinado às inserções de trinta segundos e de um minuto, transmitidas nos intervalos da programação normal das emissoras.*

*§ 5º Na hipótese do § 4º, o preço do espaço comercializável é o preço de propaganda da emissora, comprovadamente vigente na data e no horário imediatamente anterior ao das inserções da propaganda partidária ou eleitoral.*

*§ 6º O valor apurado na forma deste artigo poderá ser deduzido da base de cálculo dos recolhimentos mensais de que trata o art. 2º da Lei nº 9.430, de 27 de dezembro de 1996, bem como da base de cálculo do lucro presumido.*

*§ 7º As empresas concessionárias de serviços públicos de telecomunicações, obrigadas ao tráfego gratuito de sinais de televisão e rádio, poderão fazer a exclusão prevista neste artigo, limitada a oito décimos do valor que seria cobrado das emissoras de rádio e televisão pelo tempo destinado à divulgação gratuita da propaganda partidária ou eleitoral e aos comunicados, instruções e a outras requisições da Justiça Eleitoral, relativos aos programas partidários de que trata a Lei nº 9.096, de 1995, e às eleições de que trata a Lei nº 9.504, de 1997.*

Com as novas regras, o desconto do IR será calculado sobre os valores dos anúncios de tabela cheia e não mais no período de exibição da propaganda política.

Ademais, segundo o decreto, o preço do espaço comercializável é o preço de propaganda da emissora, comprovadamente vigente na data e no horário imediatamente anterior ao das inserções da propaganda partidária ou eleitoral. O valor do espaço comercializável é comprovado pela Receita pela lei, onde esta deixa, evidentemente, ao alvedrio das emissoras, o quanto elas vão deixar de arrecadar.

Valores que foram deixados de arrecadar nos últimos anos, na totalidade das emissoras.

<b>Ano</b>	<b>*Valores Estimados (R\$)</b>	<b>Ano</b>	<b>*Valores Estimados (R\$)</b>
<b>2007</b>	<b>R\$ 450.028.104</b>	<b>2003</b>	<b>R\$ 174.109.907</b>
<b>2006</b>	<b>R\$ 191.603.574</b>	<b>2002</b>	<b>R\$ 121.539.800</b>
<b>2005</b>	<b>R\$ 283.548.965</b>	<b>2001</b>	<b>R\$ 129.295.638</b>
<b>2004</b>	<b>R\$ 238.584.714</b>		

\*Os valores estimados para o ano referem-se ao que foi declarado no ano anterior pelas emissoras.

## **CONCLUSÃO**

Em suma, percebe-se que a Receita não tem como fiscalizar com exatidão as deduções, uma vez que ela não tem acesso ao real valor da propaganda comercial das emissoras.

Em 2006, por exemplo, a Receita calcula que as emissoras irão descontar do Imposto em torno de R\$ 191 milhões, somente com as inserções avulsas de partidos políticos, mais a campanha do referendo do desarmamento, que ocupou em média 48 minutos diário da grade de cada emissora em 2005. Fica fácil prever então, com as eleições deste ano, que em 2007 os números irão triplicar que, mais uma vez será descontado do bolso do contribuinte. Conclui-se, portanto, com os motivos acima expostos, que a atual denominação “propaganda eleitoral gratuita” ou “horário eleitoral gratuito” não condiz com a realidade, não sendo de nenhuma forma gratuito. Em nossos tributos estão englobados todos estes recursos, necessários, para tornarem tal propaganda gratuita, como de fato declaram. Infelizmente tal informação, de relevante importância para os eleitores, não chega ao conhecimento de todos, para que possibilitasse alguma mudança a fim de corrigir tal expressão. Além de que se não bastasse, as emissoras tem a possibilidade de ressarcir os eventuais prejuízos, pertinentes ao espaço concedido, em horário nobre. Por este motivo as emissoras poderão abater em até 80% os tributos referentes ao espaço comercial, valor este estabelecido pelas próprias emissoras.

Ao que foi aduzido no texto acima, o Tribunal Superior Eleitoral, órgão responsável por criar e regular determinada propaganda tem por responsabilidade difundir tal informação e

impedir o uso da expressão "gratuito" referente ao Horário Eleitoral, uma vez que todos os contribuintes é que arcam com o custo dessa veiculação. De suma e igual importância verifica-se que compete a determinado órgão fiscalizar a tributação feita pelas emissoras, a fim de que não ocorram fraudes por estes veículos de comunicação.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACQUAVIVA, Marcus Cláudio. **Teoria Geral do Estado**. 2ª ed., São Paulo: Saraiva, 2.000.
- ALEXANDRINO, José Alberto de Melo. **Estatuto constitucional da actividade de televisão**. Coimbra: Coimbra Editora, 1998.
- ALTAVILA, Jayme. **Origem dos direitos dos povos**. 2ª ed., São Paulo: Ícone, 1989.
- AMARAL VIEIRA, Roberto Átila (organizador). **Comunicação de massa: o impasse brasileiro**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1978.
- ANDRADE, José Carlos Vieira de. **Os direitos fundamentais na Constituição Portuguesa de 1976**. Coimbra: Almedina, 1987.
- ANDRADE, Manuel da Costa. **Liberdade de imprensa e inviolabilidade pessoal uma perspectiva jurídico-criminal**. Coimbra: Coimbra Editora, 1996.
- ARAÚJO, Luiz Alberto David. **A proteção constitucional da própria imagem**. Belo Horizonte: Del Rey, 1996.
- ARAÚJO, Luiz Alberto David; NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. **Curso de direito Constitucional**. 3ª ed., São Paulo: Saraiva, 1999.
- BARBOSA LIMA SOBRINHO, Alexandre José. **O problema da imprensa**. 3ª ed. São Paulo: Edusp, 1977.
- \_\_\_\_\_. **República: Teoria e Prática (Textos doutrinários sobre direitos humanos e políticos consagrados na primeira Constituição da República)**. Petrópolis: Vozes, 1978.
- BASTOS, Celso. **Comentários à Constituição do Brasil**. São Paulo: Saraiva, 1990. V. I e II.
- BITTAR, Carlos Alberto. **Os direitos da personalidade**. 2ª ed., Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.