

## Caráter eleitoral permite críticas irônicas entre candidatos

Críticas que, na vida privada, poderiam ser consideradas ofensas ou até crime ganham nova interpretação no debate político, pois os candidatos a cargos públicos e os políticos têm sua privacidade reduzida pelas circunstâncias eleitorais.

Com esse entendimento, o Tribunal Regional de São Paulo negou o recurso apresentado pelo prefeito de São Paulo e candidato à reeleição, Fernando Haddad (PT), contra a propaganda de seu concorrente pelo PSDB, João Dória, que usa o roteiro conhecido pelos comerciais da rede de postos Ipiranga para satirizar o petista.

Rovena Rosa/ Agência Brasil



Fernando Haddad questionou propaganda do PSDB que satirizou sua gestão.  
Rovena Rosa/ Agência Brasil

Na sátira, um ator pergunta ao outro sobre diversas responsabilidades municipais, entre elas, transporte público, saúde e creche. A resposta para todas as perguntas é a mesma: "Lá na propaganda do PT".

Segundo Haddad, representado pelo advogado Fernando Neisser, esse diálogo usa a marca da rede de postos indevidamente para oferecer uma resposta emocional ao eleitor, o que infringiria o artigo 55 da Lei 9.504/1997.

A relatora do caso, juíza Claudia Fanucchi, não acolheu o argumento. Ela explicou que o objetivo da norma é evitar que a propaganda eleitoral fuja de sua finalidade, que é expor as propostas e o perfil dos candidatos, para ser usada em interesses privados, como a promoção de uma marca ou produto.

“A mensagem político-publicitária não apresenta abuso ou inobservância material ou formal apto a torná-la incompatível com o espaço não-privado da propaganda eleitoral gratuita. A análise contextual da mídia que instruiu a inicial não evidencia ofensa proeminente, pois a mensagem político-publicitária não tem o condão de configurar a alegada degradação ou a manifesta ofensa ao artigo 55, caput, da Lei n 52.9.504/97”, argumentou a julgadora.

### Voto divergente

Intervista com Jur  
Começa o Manual de Direito  
Eleitoral e Jurisprudência, de  
André Guilherme Lemos Jorge.

A decisão do TRE-SP foi por maioria, ficando vencido o juiz Luiz Guilherme da Costa Wagner Junior. Em seu voto divergente ele propôs a perda de objeto da demanda porque a propaganda questionada foi retirada do ar por outra decisão judicial, solicitada pela Ipiranga.

Reprodução



Campanha de João Doria, representado pelo advogado Anderson Pomini, usou roteiro das propagandas da rede de postos Ipiranga.  
Reprodução

Também considerou que a propaganda do tucano é irregular, pois promove, mesmo que indiretamente, a rede de postos. Também destacou que a publicidade ridiculariza a campanha e a imagem de Haddad de maneira irônica.

“Fazendo inculcar no eleitor, de forma irônica, a noção de despreparo e má administração, em contrariedade ao quanto disposto no artigo 44, parágrafo 2º. da [Lei das Eleições](#) e 54, caput, da [Resolução TSE 23.457](#)”, explicou o julgador.

Clique [aqui](#) para acessar o acórdão.