

MANUAL DA PROPAGANDA ELEITORAL

ELEIÇÕES DE 2016

Organizador
André Costa
Colaboradora
Jéssica Teles de Almeida

MANUAL DA PROPAGANDA ELEITORAL

ELEIÇÕES DE 2016



**Assembleia Legislativa
do Estado do Ceará**

Instituto de Estudos e Pesquisas sobre o
Desenvolvimento do Estado do Ceará

Fortaleza | Ceará
2016

Copyright © 2016 by Inesp

**Júlia Neide
Pinheiro Nogueira**
Coordenação Editorial

Andréa Melo
Assistente Editorial

André Costa
Organização

Jéssica Teles Almeida
Colaboração

Alfredo Jr.
Projeto Gráfico,
Diagramação e Capa

André Costa
Revisão

Gráfica do Inesp
Impressão e Acabamento

Ernandes do Carmo
Coordenação de Impressão

Edição Institucional da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará
VENDA E PROMOÇÃO PESSOAL PROIBIDAS

Permitida a divulgação dos textos contidos neste livro, desde que citados autores e fontes.

Inesp

Av. Desembargador Moreira, 2807 – Ed. Senador César Cals, 1º andar, Dionísio Torres,

CEP: 60.170900 Fortaleza - CE - Brasil

Tel: (85)3277-3701 | Fax: (85)3277-3707

al.ce.gov.br/inesp | inesp@al.ce.gov.br

SUMÁRIO

Apresentação.....	9
1. Considerações iniciais.....	10
2. A pré-campanha eleitoral e a propaganda eleitoral antecipada.....	10
3. Propaganda intrapartidária.....	11
4. Propaganda (publicidade) institucional.....	12
5. Propaganda eleitoral em geral.....	13
5.1. Sedes dos partidos e dos comitês de campanha.....	14
5.2. Alto-falantes ou amplificadores de som.....	14
5.3. Comícios e aparelhagens de sonorização fixa.....	15
5.4. Trios elétricos.....	15
5.5. Carros de som e minitrios.....	15
5.6. Distribuição do material de campanha.....	15
5.7. <i>Showmício</i> e evento assemelhado. Proibição.....	16
5.8. Distribuição de brindes e presentes. Vedação.....	16
5.9. Propaganda em bens públicos e de uso comum.....	16
5.10. Propaganda em bens particulares.....	17
5.10.1. Veículos automotores.....	18
5.11. Propagandas proibidas.....	18
6. Propaganda eleitoral em <i>outdoors</i>	18
7. Propaganda eleitoral na <i>Internet</i>	19
8. Propaganda eleitoral na imprensa.....	22
9. Programação normal e do noticiário no rádio e na televisão.....	23
9.1. Debates no rádio ou na televisão.....	24
10. Propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão.....	25
10.1. Propaganda do candidato <i>sub judice</i>	36
11. Dia da eleição: o que pode e o que não pode.....	36
12. Crimes eleitorais relacionados à propaganda eleitoral.....	37
12.1. Crimes eleitorais no dia da eleição.....	37
12.2. Crimes eleitorais em geral.....	37
13. Poder de polícia e censura prévia.....	38
14. Direito e pedido de resposta.....	39
14.1. Pedido de resposta em órgão da imprensa escrita.....	39
14.2. Pedido de resposta em programação normal das emissoras de rádio e televisão.....	40
14.3. Pedido de resposta no horário eleitoral gratuito.....	40
14.4. Pedido de resposta em propaganda eleitoral pela <i>Internet</i>	41
14.5. Pedido de resposta formulado por terceiro.....	42

14.6. Pedido de resposta e restituição do tempo.	43
14.7. Pedido de resposta e celeridade judicial.	43
14.8. Descumprimento da decisão que reconhece direito de resposta.	43
Organização e colaboração.	44
ICEDE: finalidades e diretoria.	45

APRESENTAÇÃO

A Assembleia Legislativa do Estado do Ceará e o Instituto Cearense de Direito Eleitoral – ICEDE disponibilizam aos diferentes atores do *processo eleitoral* – pré-candidatos, partidos políticos, servidores públicos, juízes, promotores de justiça, advogados e, especialmente, eleitores –, o *Manual da Propaganda Eleitoral – Eleições de 2016*, o qual, de forma direta e objetiva, apresenta a Resolução nº 23.457, de 15/12/2015, expedida pelo Tribunal Superior Eleitoral - TSE, que dispõe sobre a propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito, juntamente com decisões do Tribunal da Democracia a respeito do tema.

Sabemos que, em qualquer campanha política, o período da propaganda eleitoral é uma das fases mais importantes para todas as pessoas envolvidas no pleito. É o momento em que o candidato poderá pedir, explicitamente, o voto do eleitor. E este terá a oportunidade de conhecer a trajetória, as ideias e as propostas daquele que pretende conquistar o seu apoio e a sua confiança.

Nas eleições municipais de 2016, tanto os candidatos como os eleitores, perceberão os impactos das recentes mudanças legais, entre outras, a ampliação do período de pré-campanha eleitoral, a diminuição do tempo da propaganda eleitoral e do horário gratuito no rádio e na televisão, a proibição de pintura em muros, a permissão de propaganda em bens particulares apenas em adesivo ou em papel no limite de 0,5 m² (meio metro quadrado) etc.

Portanto, a publicação do *Calendário Eleitoral - Eleições de 2016* e deste *Manual da Propaganda Eleitoral - Eleições de 2016* e a realização dos I, II e III Seminários Regionais de Direito Eleitoral *As Novas Regras Eleitorais e as Eleições de 2016* (Centro de Convenções de Sobral, em 29 de abril; Centro de Convenções do Cariri, em 13 de maio; e Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, em 03 de junho), são iniciativas do Legislativo estadual e do ICEDE com o objetivo de contribuir ao aperfeiçoamento do processo democrático, da soberania popular, do sufrágio universal e do voto por meio da divulgação da (nova) legislação para as eleições deste ano e das decisões dos Tribunais eleitorais.

Boa leitura!

Deputado José Albuquerque

Presidente da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará

Advogado André Costa

Presidente do Instituto Cearense de Direito Eleitoral – ICEDE

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS.

A **propaganda política** caracteriza-se por veicular concepções ideológicas com vistas à obtenção ou manutenção do poder estatal.¹ As espécies de propaganda política são: propaganda partidária, propaganda intrapartidária, propaganda institucional e propaganda eleitoral.

A **propaganda partidária**, prevista na Lei Orgânica dos Partidos Políticos e denominada como “direito de antena”, é aquela que tem por objetivos difundir os programas partidários, transmitir mensagens aos filiados sobre a execução do programa partidário, dos eventos com este relacionados e das atividades congressuais do partido, divulgar a posição do partido em relação a temas político-comunitários e promover e difundir a participação política feminina.

A **propaganda intrapartidária** é aquela estabelecida na Lei das Eleições e que permite ao postulante a candidatura a cargo eletivo a realização, na quinzena anterior à escolha pelo partido político, de propaganda com vista à indicação de seu nome, inclusive mediante a fixação de faixas e cartazes em local próximo da convenção, com mensagem aos convencionais, vedado o uso de rádio, de televisão e de outdoor.

A **propaganda institucional**, também chamada de **publicidade institucional**, disciplinada na Constituição Federal e também na Lei das Eleições, é publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos que deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou de servidores públicos. É a propaganda realizada pelos órgãos públicos, autorizada por agente público e paga com recursos públicos.

E a **propaganda eleitoral**, “por sua vez, tem o escopo de divulgar os candidatos que concorrem ao pleito e suas propostas, com o objetivo de pedir e conquistar o voto do eleitor, trazendo um lapso temporal determinado na legislação eleitoral que oferece aos candidatos oportunidade para exteriorizar os seus anseios”.²

A propaganda política - eleitoral nas eleições municipais de 2016 está autorizada a partir de 16 de agosto e vai até 1º de outubro no primeiro turno das eleições. E de 3 a 29 de outubro, no caso de realização de segundo turno.

2. A PRÉ-CAMPANHA ELEITORAL E A PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA.

A pré-campanha eleitoral pode ser realizada até 15 de agosto de 2016.

Não configuram propaganda eleitoral antecipada, desde que não envolvam pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos e os seguintes atos, que poderão ter cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via *Internet*:

1 GOMES, José Jairo. *Direito eleitoral*. 12ª edição. São Paulo: Gen e Atlas, 2016, p. 465.

2 AGRA, Walber de Moura. *Manual prático de direito eleitoral*. Belo Horizonte: Fórum, 2016, p. 142.

1 - 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, observado pelas emissoras de rádio e de televisão o dever de conferir tratamento isonômico;

2 - a realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, da discussão de políticas públicas, dos planos de governo ou das alianças partidárias visando às eleições, podendo tais atividades ser divulgadas pelos instrumentos de comunicação intrapartidária;

3 - a realização de prévias partidárias e a respectiva distribuição de material informativo, a divulgação dos nomes dos filiados que participarão da disputa e a realização de debates entre os pré-candidatos;

4 - a divulgação de atos de parlamentares e de debates legislativos, desde que não se faça pedido de votos;

5 - a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais;

6 - a realização, a expensas de partido político, de reuniões de iniciativa da sociedade civil, de veículo ou meio de comunicação ou do próprio partido, em qualquer localidade, para divulgar ideias, objetivos e propostas partidárias.

Em todas as situações acima enumeradas, são permitidos o pedido de apoio político (sem pedido expresso de voto), a divulgação da pré-candidatura, das ações políticas desenvolvidas e das que se pretendem desenvolver, exceto se o pré-candidato for profissional de comunicação social no exercício da profissão.

É vedada a transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão das prévias partidárias, sem prejuízo da cobertura dos meios de comunicação social.

Será considerada propaganda eleitoral antecipada a convocação, por parte do presidente da República, dos presidentes da Câmara dos Deputados, do Senado Federal e do Supremo Tribunal Federal, de redes de radiodifusão para divulgação de atos que denotem propaganda política ou ataques a partidos políticos e seus filiados ou instituições.

3. PROPAGANDA INTRAPARTIDÁRIA.

Ao postulante a candidatura a cargo eletivo, é permitida a realização, **na quinzena anterior à escolha** pelo partido político, de propaganda intrapartidária com vista à indicação de seu nome³, inclusive mediante a fixação de faixas e cartazes em local

3 1. A participação de eleitores não filiados a determinado partido político destoa da realização de prévias partidárias e pode ensejar a realização de propaganda eleitoral extemporânea. Precedentes. 2. Na espécie, a Corte Regional afirmou que o evento realizado pelo partido antes do período permitido era de livre acesso ao público e excedeu os limites da prévia intrapartidária. (TSE. AgR-REspe nº 70-65.2014. Rel. Min. João Otávio de Noronha. DJE: 15/04/2015).

próximo da convenção⁴, com mensagem aos convencionais⁵, vedado o uso de rádio⁶, de televisão e de *outdoor*⁷.

A propaganda acima referida deverá ser imediatamente retirada após a respectiva convenção. Para as eleições de 2016, as convenções serão realizadas entre **20 de julho** e **5 de agosto de 2016**.

4. PROPAGANDA (PUBLICIDADE) INSTITUCIONAL.

A partir de **02 de julho de 2016** os agentes públicos⁸, com exceção da propaganda de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado, estão proibidos de autorizar⁹ e veicular¹⁰ publicidade institucional¹¹ dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos municipais ou das respectivas entidades da administração indireta¹², salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim

4 Os limites da propaganda intrapartidária foram ultrapassados, pois foi realizada propaganda eleitoral antecipada por meio de outdoor, fixado em caminhão, estacionado em via pública, em frente ao local designado para a convenção partidária, de forma ostensiva e com potencial para atingir os eleitores. (TSE. AgR-AI nº 38-15.2012. Rel. Min. Laurita Vaz. DJE: 20/02/2014.)

5 A propaganda intrapartidária é permitida ao postulante à candidatura com vistas à indicação de seu nome em convenção, e deve ser dirigida somente aos respectivos convencionais. (TSE. R-Rp nº 2037-45.2010. Rel. Min. Marcelo Ribeiro. DJE: 12/04/2011).

6 Representação por propaganda eleitoral extemporânea (art. 36 da Lei n. 9.504/97). Configuração. Veiculação, em emissora de rádio, de propaganda intrapartidária dirigida à população em geral. (TSE. REspe nº 437-36.2010. Rel. Min. Cármen Lúcia. DJE: 13/06/2011).

7 A dimensão ostensiva (outdoor) da propaganda, a localização (praça pública) e os elementos nela contidos (foto, nome, número, sigla partidária e dizeres indicando os candidatos como uma escolha do povo) são suficientes para levar ao conhecimento geral a candidatura dos agravantes ao futuro pleito, o que configura a propaganda eleitoral extemporânea e afasta a tese de que se trata de propaganda intrapartidária. (TSE. ED-AI nº 636-09.2012. Rel. Min. Dias Toffoli. DJE: 22/11/2013).

8 A jurisprudência desta Corte é pacífica quanto ao fato de não ser necessário que a mensagem divulgada na publicidade institucional apresente caráter eleitoral para que fique caracterizada a conduta vedada do art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/97, bastando que ela seja veiculada nos três meses anteriores ao pleito. (TSE. AgR-REspe nº 604-14.2014. Rel. Min. Luciana Lóssio. DJE: 01/03/2016).

9 A permanência de publicidade institucional durante o período vedado é suficiente para que se aplique a multa prevista no art. 73, § 4º, da Lei nº 9.504/97, sendo irrelevante que a peça publicitária tenha sido autorizada e afixada em momento anterior. Precedentes. Nos termos da jurisprudência desta Corte Superior e do art. 73, VI, b, da Lei das Eleições, o caráter eleitoral da publicidade institucional é irrelevante para a incidência da vedação legal. (TSE. AgR-REspe nº 1641-77.2014. Rel. Min. Henrique Neves da Silva. DJE: 13/05/2016).

10 Segundo o entendimento do Tribunal Superior Eleitoral, não há falar em conduta vedada (art. 73 da Lei das Eleições) na hipótese em que a notícia veiculada no portal de órgão da administração pública possui conteúdo meramente informativo. Precedente. (TSE. Rp nº 1600-62.2014. Rel. Min. Maria Thereza de Assis Moura. DJE: 10/03/2016).

11 Com base na compreensão da reserva legal proporcional, a violação dos arts. 73, inciso VI, alínea b, e 74 da Lei nº 9.504/1997 pressupõe que a publicidade seja paga com recursos públicos e autorizada por agente público. Precedentes do TSE e da doutrina de Direito Eleitoral. Requisitos ausentes no caso concreto. (TSE. AgR-AI nº 440-24.2012. Rel. Min. Gilmar Mendes. PSESS: 29/04/2015).

12 1. "...para a configuração do ilícito previsto no art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/97, é desnecessária a existência de provas de que o chefe do Poder Executivo municipal tenha autorizado a divulgação da publicidade institucional no período vedado, uma vez que dela auferiu benefícios, conforme prevê o § 5º do referido dispositivo legal"... 2. A aferição do benefício, advindo da prática das condutas vedadas, previstas no art. 73 da Lei das Eleições, independe de potencial interferência no pleito. 3. É vedada a permanência de placas identificadoras de obras públicas e com conteúdo promocional do governo concorrente ao pleito, ainda que confeccionadas pela iniciativa privada. 4. O art. 73, § 8º, da Lei nº 9.504/97 prevê a incidência de multa a partidos, coligações e candidatos que se beneficiarem das condutas vedadas, independentemente de sua autorização. (TSE. AgR-REspe nº 592-97.2014. Rel. Min. Luciana Lóssio. DJE: 09/12/2015).

reconhecida pela Justiça Eleitoral¹³.

5. PROPAGANDA ELEITORAL EM GERAL.

A propaganda eleitoral é permitida a partir de 16 de agosto de 2016.

A propaganda, qualquer que seja 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 passionais¹⁴.

Sem prejuízo do processo e das penas cominadas, a Justiça Eleitoral adotará medidas para impedir ou fazer cessar imediatamente a propaganda realizada na forma acima definida.

Sem prejuízo das sanções pecuniárias específicas, os atos de propaganda eleitoral que importem em abuso do poder econômico, abuso do poder político ou uso indevido dos meios de comunicação social, independentemente do momento de sua realização ou verificação, poderão ser examinados para fins de caracterização de abuso que importe na cassação do registro ou do diploma do candidato.

Na propaganda para eleição majoritária, a coligação usará, obrigatoriamente, sob a sua denominação, as legendas de todos os partidos políticos que a integram.

Na propaganda para eleição proporcional, cada partido político usará apenas a sua legenda sob o nome da coligação.

A denominação da coligação não poderá coincidir, incluir ou fazer referência a nome ou a número de candidato, nem conter pedido de voto para partido político.

Da propaganda dos candidatos a cargo majoritário, deverão constar também os nomes dos candidatos a vice, de modo claro e legível, **em tamanho não inferior a 30% (trinta por cento)** do nome do titular.

A aferição do disposto acima será feita de acordo com a proporção entre os tamanhos das fontes (altura e comprimento das letras) empregadas na grafia dos nomes dos candidatos, sem prejuízo da aferição da legibilidade e da clareza.

A realização de qualquer ato de propaganda partidária ou eleitoral, em recinto aberto ou fechado, não depende de licença da polícia.

O candidato, o partido político ou a coligação que promover o ato fará a devida

13 Para que seja reconhecida a exceção prevista no art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/97, a circunstância de grave e urgente necessidade pública deve ser previamente reconhecida pela Justiça Eleitoral (AgR-REspe nº 7819-85/RJ, rel. Min. ARNALDO VERSIANI, DJe de 7.10.2011) (TSE. AgR-REspe nº 220-07.2012. Rel. Min. Maria Thereza de Assis Moura. DJE: 22/05/2015).

14 A parte final do caput do (vetusto) art. 242 do Código Eleitoral, no sentido de que não se deva empregar, na propaganda eleitoral, "meios publicitários destinados a criar, artificialmente, na opinião pública, estados mentais, emocionais ou passionais", não pode embarçar a crítica de natureza política - ainda que forte e ácida -, ínsita e necessária ao debate eleitoral e substrato do processo democrático representativo. Precedente específico: Rp nº 587/DF, Rel. Min. Gerardo Grossi, PSESS de 21.10.2002. (TSE. R-Rp nº 1211-77.2014. Rel. Min. Tarcísio Vieira de Carvalho Neto. PSESS: 23/09/2014).

comunicação à autoridade policial com, no mínimo, **24 (vinte e quatro) horas de antecedência**, a fim de que esta lhe garanta, segundo a prioridade do aviso, o direito contra quem pretenda usar o local no mesmo dia e horário.

A autoridade policial tomará as providências necessárias à garantia da realização do ato e ao funcionamento do tráfego e dos serviços públicos que o evento possa afetar.

O Juiz Eleitoral é competente para tomar todas as providências relacionadas à propaganda eleitoral, assim como para julgar representações e reclamações a ela pertinentes.

No prazo de até **30 (trinta) dias após a eleição**, os candidatos, os partidos políticos e as coligações deverão remover a propaganda eleitoral, com a restauração do bem em que afixada, se for o caso. O descumprimento da determinação acima sujeitará os responsáveis às consequências previstas na legislação comum aplicável.

5.1. SEDES DOS PARTIDOS E DOS COMITÊS DE CAMPANHA.

É assegurado aos partidos políticos registrados o direito de, independentemente de licença da autoridade pública e do pagamento de qualquer contribuição, fazer inscrever, na fachada de suas sedes e dependências, o nome que os designe, pela forma que melhor lhes parecer.

Os candidatos, os partidos e as coligações poderão fazer inscrever, na sede do comitê central de campanha, a sua designação, bem como o nome e o número do candidato, em formato que não assemelhe ou gere efeito de *outdoor*.

Nos demais comitês de campanha, que não o central, a divulgação dos dados da candidatura pode ser realizada, desde que seja feita em **adesivo ou papel que não exceda a 0,5 m² (meio metro quadrado)** e não contrarie a legislação eleitoral.

O candidato deverá informar ao Juiz Eleitoral o endereço do seu comitê central de campanha.

5.2. ALTO-FALANTES OU AMPLIFICADORES DE SOM.

O funcionamento de alto-falantes ou amplificadores de som, ressalvada a hipótese de comício de encerramento de campanha, somente é permitido **entre as 08 (oito) e as 22 (vinte e duas) horas**, sendo vedados a instalação e o uso daqueles equipamentos em distância inferior a **200m (duzentos metros)**:

- das sedes dos Poderes Executivo e Legislativo da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, das sedes dos Tribunais Judiciais, dos quartéis e de outros estabelecimentos militares;
- dos hospitais e casas de saúde;
- das escolas, bibliotecas públicas, igrejas e teatros, quando em funcionamento.

5.3. COMÍCIOS E APARELHAGENS DE SONORIZAÇÃO FIXA.

A realização de comícios e a utilização de aparelhagens de sonorização fixas são permitidas no horário compreendido entre as **08 (oito) e as 24 (vinte e quatro) horas**, com exceção do comício de encerramento da campanha, que poderá ser prorrogado por **mais 02 (duas) horas**.

5.4. TRIOS ELÉTRICOS.

É vedada a utilização de trios elétricos em campanhas eleitorais, exceto para a sonorização de comícios.

Considera-se **trio elétrico** o veículo automotor que use equipamento de som com potência nominal de amplificação **maior que 20.000 (vinte mil) watts**.

5.5. CARROS DE SOM E MINITRIOS.

É permitida a circulação de carros de som e minitrios como meio de propaganda eleitoral, desde que observado **o limite de 80 (oitenta) decibéis** de nível de pressão sonora, **medido a 07 (sete) metros** de distância do veículo, e respeitadas as vedações acima mencionadas.

Considera-se:

- **carro de som**: qualquer veículo, motorizado ou não, ou ainda tracionado por animais, que use equipamento de som com potência nominal de amplificação de, no máximo, **10.000 (dez mil) watts** e que transite divulgando *jingles* ou mensagens de candidatos;

- **minitrio**: veículo automotor que use equipamento de som com potência nominal de amplificação maior que **10.000 (dez mil) watts** e até **20.000 (vinte mil) watts**.

5.6. DISTRIBUIÇÃO DO MATERIAL DE CAMPANHA.

É permitida a colocação de mesas para distribuição de material de campanha e a utilização de bandeiras ao longo das vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.

A mobilidade acima referida estará caracterizada com a colocação e a retirada dos meios de propaganda **entre as 06 (seis) e as 22 (vinte e duas) horas**.

Nas dependências do Poder Legislativo, a veiculação de propaganda eleitoral ficará a critério da Mesa Diretora.

O derrame ou a anuência com o derrame de material de propaganda no local de votação ou nas vias próximas, ainda que realizado na véspera da eleição, configura propaganda irregular, sujeitando-se o infrator à multa no valor de **R\$2.000,00** (dois mil reais) a **R\$8.000,00** (oito mil reais), sem prejuízo da sanção criminal cabível.

Independente da obtenção de licença municipal e de autorização da Justiça Eleitoral a veiculação de propaganda eleitoral pela distribuição de folhetos, adesivos, volantes

e outros impressos, os quais devem ser editados sob a responsabilidade do partido político, da coligação ou do candidato, sendo-lhes facultada, inclusive, a impressão em *braille* dos mesmos conteúdos.

Todo material impresso de campanha eleitoral deverá conter o número de inscrição no CNPJ ou o número de inscrição no CPF do responsável pela confecção, bem como de quem a contratou, e a respectiva tiragem, respondendo o infrator pelo emprego de processo de propaganda vedada e, se for o caso, pelo abuso do poder.

Até as 22 (vinte e duas) horas do dia que antecede o da eleição, serão permitidos distribuição de material gráfico, caminhada, carreata, passeata ou carro de som que transite pela cidade divulgando *jingles* ou mensagens de candidatos, observados os limites impostos pela legislação comum.

5.7. SHOWMÍCIO E EVENTO ASSEMELHADO. PROIBIÇÃO.

É proibida a realização de *showmício* e de evento assemelhado para promoção de candidatos e a apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício e reunião eleitoral, respondendo o infrator pelo emprego de processo de propaganda vedada e, se for o caso, pelo abuso do poder.

A referida proibição não se estende aos candidatos que sejam profissionais da classe artística – cantores, atores e apresentadores –, que poderão exercer as atividades normais de sua profissão durante o período eleitoral, exceto em programas de rádio e de televisão, na animação de comício ou para divulgação, ainda que de forma dissimulada, de sua candidatura ou de campanha eleitoral.

5.8. DISTRIBUIÇÃO DE BRINDES E PRESENTES. VEDAÇÃO.

São vedadas na campanha eleitoral confecção, utilização, distribuição por comitê, candidato, ou com a sua autorização, de camisetas, chaveiros, bonés, canetas, brindes, cestas básicas ou quaisquer outros bens ou materiais que possam proporcionar vantagem ao eleitor, respondendo o infrator, conforme o caso, pela prática de captação ilícita de sufrágio, emprego de processo de propaganda vedada e, se for o caso, pelo abuso do poder.

5.9. PROPAGANDA EM BENS PÚBLICOS E DE USO COMUM.

Nos bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do poder público, ou que a ele pertençam, e nos bens de uso comum, inclusive postes de iluminação pública, sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus¹⁵ e outros equi-

15 PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR. DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAL IMPRESSO DE CAMPANHA EM BENS PÚBLICOS OU DE USO COMUM. RODOVIÁRIA. PROIBIÇÃO. ART. 37 DA LEI Nº 9.504/97. A distribuição de panfletos com propaganda eleitoral em bens públicos ou de uso comum configura publicidade irregular, nos termos do art. 37 da Lei nº 9.504/97. Precedentes. (TSE. RESPE nº 7605-72.2014. Rel. Min. Luciana Lóssio. DJE: 24/11/2015).

pamentos urbanos¹⁶, é vedada a veiculação de propaganda de qualquer natureza¹⁷, inclusive pichação, inscrição a tinta e exposição de placas, estandartes, faixas, cavaletes¹⁸, bonecos e assemelhados.

Quem veicular propaganda em desacordo com o disposto acima será notificado para, no prazo de **48 (quarenta e oito) horas**, removê-la e restaurar o bem, sob pena de multa no valor de **R\$2.000,00** (dois mil reais) a **R\$8.000,00** (oito mil reais), a ser fixada em representação que tramitará judicialmente, após oportunidade de defesa.

- **Bens de uso comum, para fins eleitorais**, são os assim definidos pelo Código Civil e também aqueles a que a população em geral tem acesso, tais como cinemas, clubes, lojas, centros comerciais, templos, ginásios, estádios, ainda que de propriedade privada.

Nas árvores e nos jardins localizados em áreas públicas, bem como em muros, cercas e tapumes divisórios, não é permitida a colocação de propaganda eleitoral de qualquer natureza, mesmo que não lhes cause dano.

5.10. PROPAGANDA EM BENS PARTICULARES.

Em bens particulares, independe de obtenção de licença municipal e de autorização da Justiça Eleitoral a veiculação de propaganda eleitoral, desde que seja feita **em adesivo ou em papel, não exceda a 0,5m² (meio metro quadrado)**¹⁹ e não contrarie a legislação eleitoral.

A justaposição de adesivo ou de papel cuja dimensão exceda a 0,5m² (meio metro quadrado) caracteriza propaganda irregular, em razão do efeito visual único, ainda que a publicidade, individualmente, tenha respeitado o limite previsto (*efeito outdoor*).

A veiculação de propaganda eleitoral em bens particulares deve ser espontânea e gratuita, sendo vedado qualquer tipo de pagamento em troca de espaço para essa finalidade.

A propaganda eleitoral em bens particulares não pode ser feita mediante inscrição ou pintura nas fachadas, muros ou paredes, admitida apenas a fixação de papel ou de adesivo, com dimensão que não exceda a 0,5 m² (meio metro quadrado).

16 Inclui-se no conceito de bem de uso comum, previsto no § 4º do art. 37 da Lei nº 9.504/97, a faixa de domínio do DER ou área não edificável às margens de rodovia e, conseqüentemente, a não remoção de propaganda eleitoral irregular acarreta a multa prevista no § 1º do referido artigo. (TSE. AgR-AI nº 5205-53.2014. Rel. Min. Luciana Lóssio. DJE: 15/12/2015)

17 No que concerne à propaganda eleitoral irregular insculpida no art. 37, § 1º, da Lei nº 9.504/97, averiguada a sua irregularidade, o responsável deverá ser notificado para efetuar a restauração do bem e, caso não cumprida no prazo estabelecido pela Justiça Eleitoral, poderá ser imposta a respectiva penalidade pecuniária. Aplicável ao caso a Súmula 83 do STJ. Precedentes. (TSE. AgR-REspe nº 944-47.2012. Rel. Min. Maria Thereza Rocha de Assis Moura. DJE: 19/11/2015).

18 O Regional aplicou a multa prevista no § 1º do art. 37 da Lei das Eleições em razão da realização de propaganda eleitoral mediante caveletes que dificultavam o bom andamento do trânsito e de pessoas. Conforme a reiterada jurisprudência deste Tribunal, a violação ao § 6º do art. 37 da Lei nº 9.504/1997 enseja a penalidade prevista no § 1º do referido dispositivo legal. (TSE. AgR-REspe nº 3420-72.2014 Rel. Min. Gilmar Mendes. DJE: 20/04/2016).

19 CONSULTA. PROPAGANDA ELEITORAL. BENS PARTICULARES. PINTURA FEITA DIRETAMENTE EM MUROS OU SUPERFÍCIES SEMELHANTES. IMPOSSIBILIDADE. LEI 13.165/2015. RESPOSTA NEGATIVA. Com advento da Lei 13.165/2015, que dentre outros dispositivos modificou o art. 37, § 2º, da Lei 9.504/97, a partir das Eleições 2016 a propaganda em bens particulares deve observar dimensão máxima de 0,5 m², mediante uso exclusivo de adesivo ou papel, vedada pintura de muros e assemelhados. (TSE. CTA n.º 519-44.2015. Rel. Min. Herman Benjamin. DJE: 14/03/2016).

5.10.1. VEÍCULOS AUTOMOTORES.

É proibido colar propaganda eleitoral em veículos, exceto adesivos microperfurados até a extensão total do para-brisa traseiro e, em outras posições, adesivos até a **dimensão máxima de 50cm (cinquenta centímetros) por 40cm (quarenta centímetros)**, devendo ainda constar o CNPJ ou CPF de quem os confeccionou, de quem a contratou e a respectiva tiragem.

5.11. PROPAGANDAS PROIBIDAS.

Não será tolerada propaganda, respondendo o infrator pelo emprego de processo de propaganda vedada e, se for o caso, pelo abuso de poder:

- de guerra, de processos violentos para subverter o regime, a ordem política e social, ou de preconceitos de raça ou de classes;
- que provoque animosidade entre as Forças Armadas ou contra elas, ou delas contra as classes e as instituições civis;
- de incitamento de atentado contra pessoa ou bens;
- de instigação à desobediência coletiva ao cumprimento da lei de ordem pública;
- que implique oferecimento, promessa ou solicitação de dinheiro, dádiva, rifa, sorteio ou vantagem de qualquer natureza;
- que perturbe o sossego público, com algazarra ou abuso de instrumentos sonoros ou sinais acústicos;
- por meio de impressos ou de objeto que pessoa inexperiente ou rústica possa confundir com moeda;
- que prejudique a higiene e a estética urbana;
- que caluniar, difamar ou injuriar qualquer pessoa, bem como atingir órgãos ou entidades que exerçam autoridade pública;
- que desrespeite os símbolos nacionais.

O ofendido por calúnia, difamação ou injúria, sem prejuízo e independentemente da ação penal competente, poderá demandar, no juízo cível, a reparação do dano moral, respondendo por este o ofensor e, solidariamente, o partido político deste, quando responsável por ação ou omissão, e quem quer que, favorecido pelo crime, haja de qualquer modo contribuído para ele.

É vedada a utilização de artefato que se assemelhe a urna eletrônica como veículo de propaganda eleitoral.

6. PROPAGANDA ELEITORAL EM *OUTDOORS*.

É vedada a propaganda eleitoral por meio de *outdoors*, inclusive eletrônicos, sujeitando-se a empresa responsável, os partidos, as coligações e os candidatos à imediata retirada da propaganda irregular e ao pagamento de multa no valor de **R\$5.000,00** (cinco mil reais) a **R\$15.000,00** (quinze mil reais)²⁰.

²⁰ PROPAGANDA. BEM PÚBLICO. PLACA ASSEMELHADA A OUTDOOR. IRREGULARIDADE. MULTA. REMOÇÃO. NOTIFICAÇÃO. DESNECESSIDADE. 1. Para a configuração de outdoor, não é exigido que a propaganda eleitoral

A utilização de engenhos ou de equipamentos publicitários ou ainda de conjunto de peças de propaganda que justapostas se assemelhem ou causem efeito visual de outdoor sujeita o infrator à multa acima descrita²¹.

A caracterização da responsabilidade do candidato nos casos da propaganda acima relatada não depende de prévia notificação, bastando a existência de circunstâncias que demonstrem o seu prévio conhecimento.

7. PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET

A partir de 16 de agosto de 2016 é permitida a propaganda eleitoral na *Internet*.

A livre manifestação do pensamento do eleitor identificado na *Internet* somente é passível de limitação quando ocorrer ofensa à honra de terceiros ou divulgação de fatos sabidamente inverídicos.

O disposto acima se aplica, inclusive, às manifestações ocorridas **antes de 16 de agosto de 2016**, ainda que delas conste mensagem de apoio ou crítica a partido político ou a candidato, próprias do debate político e democrático.

A propaganda eleitoral na *Internet* poderá ser realizada nas seguintes formas:

- **em sítio do candidato**, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de *Internet* estabelecido no país;
- **em sítio do partido ou da coligação**, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de *Internet* estabelecido no país;
- **por meio de mensagem eletrônica** para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, pelo partido ou pela coligação;
- **por meio de blogs**, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e semelhantes, cujo conteúdo seja gerado ou editado por candidatos, partidos ou coligações ou de iniciativa de qualquer pessoa natural.

Considera-se:

- sítio hospedado diretamente em provedor de *Internet* estabelecido no país é aquele cujo endereço (*URL – Uniform Resource Locator*) é registrado no organismo regu-

tenha sido veiculada por meio de peça publicitária explorada comercialmente, bastando que o engenho ou o artefato, dadas suas características e/ou impacto visual, se equipare a outdoor. 2. A veiculação de propaganda eleitoral mediante outdoor enseja a incidência do art. 39, § 8º, da Lei das Eleições, mesmo que seja fixada em bem público e independe de notificação para sua retirada, tendo em vista a natureza dessa propaganda. (TSE. AgR-REspe nº 7788-43.2014. Rel. Min. Luciana Lóssio. DJE: 01/04/2016).

21 *PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR. PAINEL ELETRÔNICO. EFEITO VISUAL DE OUTDOOR. ART. 39, § 8º, DA LEI Nº 9.504/97. 1. Nos termos da mais recente jurisprudência deste Tribunal, “a veiculação de propaganda eleitoral mediante outdoor enseja a incidência do art. 39, § 8º, da Lei nº 9.504/97, mesmo quando fixada em bem público, tendo em vista a natureza dessa propaganda, de impacto inegavelmente maior e cuja utilização implica evidente desequilíbrio dos candidatos no exercício da propaganda” (AgR-AI nº 7891-50/RJ, Rel. Min. Maria Thereza de Assis Moura, DJe de 25.9.2015 - grifei). No mesmo sentido: AgR-REspe nº 7458-46/RJ, Rel. Min. João Otávio de Noronha, DJe de 20.10.2015. 2. Na espécie, o Tribunal a quo concluiu que a propaganda eleitoral foi veiculada na carroceria de um caminhão, cujo efeito visual se assemelha a outdoor, devido à utilização de painel luminoso, dotado de mecanismo de elevação, apto a atrair a atenção dos eleitores. (TSE. AgR-REspe nº 5215-97.2014. Rel. Min. Luciana Lóssio. DJE: 01/04/2016).*

lador da *Internet* no Brasil e cujo conteúdo é mantido pelo provedor de hospedagem em servidor instalado em solo brasileiro;

- sítio hospedado indiretamente em provedor de *Internet* estabelecido no país é aquele cujo endereço é registrado em organismos internacionais e cujo conteúdo é mantido por provedor de hospedagem em equipamento servidor instalado em solo brasileiro;

- sítio é o endereço eletrônico na *Internet* subdividido em uma ou mais páginas que possam ser acessadas com base na mesma raiz;

- *blog* é o endereço eletrônico na *Internet*, mantido ou não por provedor de hospedagem, composto por uma única página em caráter pessoal.

Tratando-se de empresa estrangeira, responde solidariamente pelo pagamento das multas eleitorais sua filial, sucursal, escritório ou estabelecimento situado no país.

Na *Internet* é vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga²².

É vedada, ainda que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral na *Internet*, em sítios:

- de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos;

- oficiais ou hospedados por órgãos ou por entidades da administração pública direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

A violação à vedação acima descrita sujeita o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado seu prévio conhecimento, o beneficiário à **multa no valor de R\$5.000,00** (cinco mil reais) a **R\$30.000,00** (trinta mil reais).

A divulgação de propaganda e de mensagens relativas ao processo eleitoral, inclusive quando provenientes de eleitor, não pode ser impulsionada por mecanismos ou serviços que, mediante remuneração paga aos provedores de serviços, potencializem o alcance e a divulgação da informação para atingir usuários que, normalmente, não teriam acesso ao seu conteúdo²³.

É livre a manifestação do pensamento, vedado o anonimato durante a campanha eleitoral, por meio da rede mundial de computadores – *Internet*, assegurado o direito de resposta, e por outros meios de comunicação interpessoal mediante mensagem eletrônica.

A violação do disposto acima sujeitará o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado seu prévio conhecimento, o beneficiário à **multa no valor de R\$5.000,00** (cinco mil reais) a **R\$30.000,00** (trinta mil reais).

22 É vedada a veiculação de propaganda eleitoral paga, na *Internet*, a teor do disposto no art. 57-C da Lei nº 9.504/97. (TSE. AgR-AI nº 3439-78.2014. Rel. Min. Luciana Lóssio. DJE: 07/12/2015).

23 FACEBOOK. PÁGINA PATROCINADA. INTERNET. PROPAGANDA ELEITORAL PAGA. PROIBIÇÃO. ART. 57-C DA LEI Nº 9.504/97. CONSTITUCIONALIDADE. PROCEDÊNCIA. APLICAÇÃO DE MULTA. GRAU MÍNIMO. II - O art. 57-C da Lei nº 9.504/97, no que proíbe propaganda eleitoral paga na *Internet*, para evitar a interferência do poder econômico e a introdução de interesses comerciais no debate eleitoral, não viola o princípio constitucional da liberdade de expressão. III - A ferramenta denominada "página patrocinada" do Facebook - na modalidade de propaganda eleitoral paga - desatende o disposto no art. 57-C da Lei nº 9.504/97, sendo, pois, proibida a sua utilização para divulgação de mensagens que contenham conotação eleitoral. IV - Os eleitores são livres para expressar opinião sobre os candidatos na *Internet*. Não podem, contudo, valer-se de mecanismos que, por meio de remuneração paga ao provedor de serviços, potencializam suas mensagens para atingir usuários que, normalmente, não teriam acesso ao pensamento. (TSE. Rp nº 946-75.2014. Rel. Min. Tarcísio Vieira de Carvalho Neto. PSESS: 14/10/2014).

Sem prejuízo das sanções civis e criminais aplicáveis ao responsável, a Justiça Eleitoral poderá determinar, por solicitação do ofendido, a retirada de publicações que contenham agressões ou ataques a candidatos em sítios da *Internet*, inclusive redes sociais, sob pena de multa coercitiva²⁴.

São vedadas à (1) concessionário ou permissionário de serviço público, (2) entidade ou governo estrangeiro, (3) entidade de direito privado que receba, na condição de beneficiária, contribuição compulsória em virtude de disposição legal, (4) entidade de utilidade pública, (5) entidade de classe ou sindical, (6) pessoa jurídica sem fins lucrativos que receba recursos do exterior, (7) entidades beneficentes e religiosas, (8) entidades esportivas, (9) organizações não-governamentais que recebam recursos públicos e (10) organizações da sociedade civil de interesse público, (11) órgão da administração pública direta e indireta ou fundação mantida com recursos provenientes do Poder Público, a utilização, doação ou cessão de cadastro eletrônico de seus clientes, em favor de candidatos, de partidos ou de coligações.

É proibida a venda de cadastro de endereços eletrônicos.

A violação dessas proibições sujeita o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado seu prévio conhecimento, o beneficiário à **multa no valor de R\$5.000,00** (cinco mil reais) a **R\$30.000,00** (trinta mil reais).

O provedor de conteúdo e de serviços multimídia que hospeda a divulgação da propaganda eleitoral de candidato, de partido ou de coligação sofrerá as penalidades legais se, no prazo determinado pela Justiça Eleitoral, contado a partir da notificação de decisão sobre a existência de propaganda irregular, não tomar providências para a cessação dessa divulgação.

O provedor de conteúdo ou de serviços multimídia só será considerado responsável pela divulgação da propaganda se a publicação do material for comprovadamente de seu prévio conhecimento.

O prévio conhecimento do provedor de conteúdo e de serviços multimídia poderá, sem prejuízo dos demais meios de prova, ser demonstrado por meio de cópia de notificação, diretamente encaminhada e entregue pelo interessado ao provedor de *Internet*, da qual deverão constar, de forma clara e detalhada, o local e o teor da propaganda por ele considerada irregular.

As mensagens eletrônicas enviadas por candidato, partido ou coligação, por qualquer meio, deverão dispor de mecanismo que permita seu descadastramento pelo destinatário, obrigado o remetente a providenciá-lo no prazo de **48 (quarenta e oito) horas**.

Mensagens eletrônicas enviadas após o término do prazo de **48 (quarenta e oito) horas** sujeitam os responsáveis ao pagamento de **multa no valor de R\$100,00** (cem reais), **por mensagem**.

²⁴ PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR. INTERNET. ASTREINTE. Conforme a jurisprudência do TSE, é cabível a fixação de multa coercitiva (astreinte) no caso de descumprimento de decisão judicial que determina a remoção de vídeo. Precedentes. (TSE. AgR-AI nº 368-49.2013. Rel. Min. Gilmar Mendes. DJE 19/04/2016).

É vedada a realização de propaganda via telemarketing, em qualquer horário²⁵.

Será punido, com **multa de R\$5.000,00** (cinco mil reais) a **R\$30.000,00** (trinta mil reais), quem realizar propaganda eleitoral na *Internet*, atribuindo indevidamente sua autoria a terceiro, inclusive candidato, partido ou coligação.

A requerimento do Ministério Público, de candidato, de partido ou de coligação, a Justiça Eleitoral poderá determinar a suspensão, por **24 (vinte e quatro) horas**, do acesso a todo conteúdo informativo dos sítios da *Internet* que deixarem de cumprir as disposições legais. A cada reiteração de conduta, será duplicado o período de suspensão. No período de suspensão, a empresa informará, a todos os usuários que tentarem acessar seus serviços, que se encontra temporariamente inoperante por desobediência à legislação eleitoral.

8. PROPAGANDA ELEITORAL NA IMPRENSA.

São permitidas, **desde 16 de agosto de 2016 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 tabloide.

Deverá constar no anúncio, de forma visível, o valor pago pela inserção²⁶.

A inobservância do disposto acima sujeita os responsáveis pelos veículos de divulgação e os partidos, as coligações ou os candidatos beneficiados à 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.

Ao jornal de dimensão diversa do padrão e do tabloide, aplica-se a regra acima de acordo com o tipo de que mais se aproxime.

Não caracterizará propaganda eleitoral a divulgação de opinião favorável a candidato, a partido político ou a coligação pela imprensa escrita, desde que não seja matéria paga, mas os abusos e os excessos, assim como as demais formas de uso indevido do meio de comunicação, serão apurados e punidos.

É autorizada a reprodução virtual das páginas do jornal impresso na *Internet*, desde que seja feita no sítio do próprio jornal, independentemente do seu conteúdo, devendo ser respeitado integralmente o formato gráfico e o conteúdo editorial da versão

25 CONSULTA. TELEMARKEETING. VEDAÇÃO. 1. O art. 25 da Res.-TSE nº 23.404/2014 proíbe a divulgação de propaganda eleitoral por telemarketing, em respeito à proteção à intimidade e à inviolabilidade de domicílio e objetivando evitar a perturbação do sossego público. Essa vedação aplica-se a todo tipo de propaganda via telemarketing ativo. 2. Não se coíbe o telemarketing receptivo, ou seja, aquele em que a iniciativa do contato é do próprio eleitor. (TSE. CTA nº 205-35.2014. Rel. Min. Luciana Lóssio. DJE: 09/10/2015).

26 PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR. IMPRENSA ESCRITA. OMISSÃO DO VALOR DA PUBLICIDADE. DOLO. DESNECESSIDADE. 1. A divulgação da propaganda eleitoral na imprensa escrita exige que seja informado, de forma visível, o valor pago pela inserção, nos termos do art. 43, § 1º, da Lei 9.504/97. 2. Por se tratar de norma de caráter objetivo, a configuração da infração ao disposto no referido dispositivo legal não exige que o agente tenha atuado com o dolo de fraudar a legislação eleitoral, bastando a omissão quanto ao custo da propaganda. (TSE. REspe nº 764-58.2012. Rel. Min. Castro Meira. DJE: 20/08/2013).

impresa, atendido, nesta hipótese, os limites de tamanho descritos acima.

O limite de **10 (dez) anúncios** será verificado de acordo com a imagem ou o nome do respectivo candidato, independentemente de quem tenha contratado a divulgação da propaganda.

9. PROGRAMAÇÃO NORMAL E DO NOTICIÁRIO NO RÁDIO E NA TELEVISÃO.

A partir de **30 de junho de 2016**, é vedado às emissoras transmitir programa apresentado ou comentado por pré-candidato, sob pena, no caso de sua escolha na convenção partidária, de imposição da multa abaixo descrita e de cancelamento do registro da candidatura do beneficiário.

A inobservância do estabelecido acima sujeita a emissora ao pagamento de **multa no valor de R\$ 21.282,00** (vinte e um mil e duzentos e oitenta e dois reais) a **R\$ 106.410,00** (cento e seis mil e quatrocentos e dez reais), duplicada em caso de reincidência.

A partir de 06 de agosto de 2016, é vedado às emissoras de rádio e de televisão, em sua programação normal e noticiário:

- transmitir, ainda que sob a forma de entrevista jornalística, imagens de realização de pesquisa ou qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral em que seja possível identificar o entrevistado ou em que haja manipulação de dados;

- veicular propaganda política;

- dar tratamento privilegiado a candidato, partido político ou coligação²⁷;

- veicular ou divulgar filmes, novelas, minisséries ou qualquer outro programa com alusão ou crítica a candidato ou a partido político, mesmo que dissimuladamente, exceto programas jornalísticos ou debates políticos²⁸;

- divulgar nome de programa que se refira a candidato escolhido em convenção, ainda quando preexistente, inclusive se coincidente com o nome do candidato ou o nome por ele indicado para uso na urna eletrônica, e, sendo o nome do programa o mesmo que o do candidato, fica proibida a sua divulgação, sob pena de cancelamento do respectivo registro.

²⁷ A jurisprudência desta Corte é pacífica no sentido de que é vedado às emissoras de rádio e televisão, em sua programação normal e de noticiário, darem tratamento privilegiado a candidatos ou difundirem opinião favorável ou contrária a candidatos, partido, coligação, seus órgãos ou representantes. (TSE. AgR-AI nº 186-83.2012. Rel. Min. Luciana Lóssio. DJE: 28/02/2014).

²⁸ *Uso indevido dos meios de comunicação: dependência econômica da imprensa escrita em relação ao Estado do Acre e alinhamento político de jornais para beneficiar os recorridos. Não há provas nos autos acerca da dependência financeira dos veículos de comunicação em relação ao Estado do Acre, tampouco há ilicitude no fato de candidatos ou coligação contratarem para a campanha empresa de publicidade que tem contrato com o Executivo. A liberdade de informação jornalística, segundo a qual, "nenhuma lei conterà dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art.5º, IV, V, X, XIII e XIV" (art. 220, § 1º, da CF/88), permite, na seara eleitoral, não apenas a crítica à determinada candidatura, mas também a adoção de posição favorável a certo candidato, salvo evidentes excessos, que serão analisados em eventual direito de resposta ou na perspectiva do abuso no uso indevido dos meios de comunicação. Não há prova nos autos que demonstrem o uso indevido dos meios de comunicação, mas matérias favoráveis aos candidatos da situação e da oposição ao governo estadual.* (TSE. RO nº 1919-42.2010. Rel. Min. Gilmar Mendes. DJE: 08/10/2014).

9.1. DEBATES NO RÁDIO OU NA TELEVISÃO.

Os debates, transmitidos por emissora de rádio ou de televisão, serão realizados segundo as regras estabelecidas em acordo celebrado entre os partidos políticos e a pessoa jurídica interessada na realização do evento, dando-se ciência à Justiça Eleitoral.

Para os debates que se realizarem no primeiro turno das eleições, serão consideradas aprovadas as regras, inclusive as que definam o número de participantes, que obtiverem a concordância de **pelo menos 2/3 (dois terços)** dos candidatos aptos, para o cargo de prefeito, e de **pelo menos 2/3 (dois terços)** dos partidos ou coligações com candidatos aptos, no caso do cargo de vereador.

São considerados aptos, para os fins previstos acima, os candidatos filiados a partido político com representação **superior a 09 (nove) parlamentares** na Câmara dos Deputados e que tenham requerido o registro de candidatura na Justiça Eleitoral²⁹.

Julgado o registro, permanecem aptos apenas os candidatos com registro deferido ou, se indeferido, os que estejam *sub judice*.

Os debates transmitidos na televisão deverão utilizar, entre outros recursos, substituição por meio de legenda oculta, janela com intérprete da Língua Brasileira de Sinais (Libras) e audiodescrição.

Na elaboração das regras para a realização dos debates, a emissora responsável e os candidatos que representem **2/3 (dois terços)** dos aptos não poderão deliberar pela exclusão de candidato cuja presença esteja garantida.

Caso o candidato cuja presença esteja garantida concorde com sua exclusão do debate, o responsável pela emissora, com a anuência dos demais candidatos aptos, poderá ajustar a participação do excluído em entrevista jornalística da emissora pelo tempo que ele teria no debate, sem que isso implique tratamento privilegiado.

Inexistindo acordo, os debates transmitidos por emissora de rádio ou de televisão deverão obedecer às seguintes regras:

- nas eleições majoritárias, a apresentação dos debates poderá ser feita (1) em conjunto, estando presentes todos os candidatos a um mesmo cargo eletivo; e (2) em grupos, estando presentes, no mínimo, 03 (três) candidatos.

- nas eleições proporcionais, os debates deverão ser organizados de modo que assegurem a presença de número equivalente de candidatos de todos os partidos políticos

²⁹ LEI Nº 9.504/97. NOVA REDAÇÃO. LEI Nº 13.165/2015. INTERPRETAÇÃO. DEBATE. CANDIDATOS. PARTICIPAÇÃO. CONVITE. OBRIGATORIEDADE. REPRESENTATIVIDADE. CÂMARA DOS DEPUTADOS. COLIGAÇÃO. POSSIBILIDADE. PARTIDO POLÍTICO. EQUIPARAÇÃO. 1. É facultada ao candidato a prefeito ou a vereador a participação em debates, caso a coligação partidária que integre seja formada por partidos que, somados, atendam, no mínimo, à exigência legal de representatividade partidária superior a nove cadeiras na Câmara dos Deputados. 2. As emissoras de rádio e televisão podem convidar candidato a prefeito ou a vereador para participar de debates, mesmo que o partido pelo qual concorra não preencha a representatividade mínima exigida por lei de dez deputados federais. 3. A norma contida no caput do art. 46 da Lei nº 9.504/97 deve ser interpretada levando-se em consideração, no caso de eleição proporcional, a representatividade de todos os partidos que compõem uma determinada coligação e, no caso de eleição majoritária, a soma dos representantes dos seis maiores partidos que integrem a coligação, semelhante ao que ocorre no caso de distribuição do tempo de propaganda eleitoral gratuita, prevista no art. 47, § 2º, I, da Lei nº 9.504/97 (TSE. CTA nº 62-75.2016. Rel. Min. Luciana Lóssio. DJE: 17/03/2016).

e coligações a um mesmo cargo eletivo, podendo desdobrar-se em mais de um dia;

- os debates deverão ser parte de programação previamente estabelecida e divulgada pela emissora, fazendo-se mediante sorteio a escolha do dia e da ordem de fala de cada candidato.

É assegurada a participação de candidatos dos partidos políticos que possuam mais de 09 (nove) representantes na Câmara dos Deputados, facultada a dos demais.

Considera-se a representação de cada partido político na Câmara dos Deputados a resultante da eleição, ressalvadas as mudanças de filiação partidária que não tenham sido contestadas ou cuja justa causa tenha sido reconhecida pela Justiça Eleitoral.

Em qualquer hipótese, deverá ser observado o seguinte:

- é admitida a realização de debate sem a presença de candidato de algum partido político ou coligação, desde que o veículo de comunicação responsável comprove tê-lo convidado com a antecedência mínima de **72h (setenta e duas horas)** da realização do debate;

- é vedada a presença de um mesmo candidato à eleição proporcional em mais de um debate da mesma emissora;

- o horário designado para a realização de debate poderá ser destinado à entrevista de candidato, caso apenas este tenha comparecido ao evento;

- no primeiro turno o debate poderá estender-se até às **07 (sete) horas do dia 30 de setembro de 2016** e, no caso de segundo turno, não poderá ultrapassar o horário de **meia-noite do dia 28 de outubro de 2016**.

O descumprimento do disposto acima sujeita a empresa infratora à suspensão, por **24 (vinte e quatro) horas**, da sua programação, com a transmissão, intercalada, a cada **15 (quinze) minutos**, de mensagem de orientação ao eleitor; em cada reiteração de conduta, o período de suspensão será duplicado.

A sanção prevista acima somente poderá ser aplicada em processo judicial em que seja assegurada a ampla defesa e o contraditório. E a suspensão será aplicável apenas na circunscrição do pleito.

10. PROPAGANDA ELEITORAL GRATUITA NO RÁDIO E NA TELEVISÃO.

A propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão começa em **26 de agosto de 2016** e vai até **29 de setembro de 2016** (03 dias antes do primeiro turno). E, se houver segundo turno, de **03 a 28 de outubro de 2016**.

A propaganda eleitoral no rádio e na televisão se restringirá ao horário gratuito, vedada a veiculação de propaganda paga, respondendo o candidato, o partido político e a coligação pelo seu conteúdo.

A propaganda no horário eleitoral gratuito será veiculada nas emissoras de rádio e

de televisão, inclusive nas rádios comunitárias, nas emissoras de televisão que operam em VHF e UHF e nos canais de televisão por assinatura, sob a responsabilidade das Câmaras Municipais.

A transmissão da propaganda no horário eleitoral gratuito será assegurada nos municípios em que haja emissora de rádio e de televisão e naqueles em que não haja, será garantido a veiculação da propaganda nas localidades aptas à realização de segundo turno e nas quais seja operacionalmente viável realizar a retransmissão.

A propaganda eleitoral gratuita na televisão deverá utilizar, entre outros recursos, substituição por meio de legenda oculta, janela com intérprete da Libras e audiodescrição.

No horário reservado para a propaganda eleitoral, não se permitirá utilização comercial ou propaganda realizada com a intenção, ainda que disfarçada ou subliminar, de promover marca ou produto.

Será punida a emissora que, não autorizada a funcionar pelo poder competente, veicular propaganda eleitoral.

Demonstrada a participação direta, anuência ou benefício exclusivo de candidato, de partido político ou de coligação em razão da transmissão de propaganda eleitoral por emissora não autorizada, a gravidade dos fatos poderá ser apurada como abuso de poder econômico ou político que pode gerar a cassação do registro ou do diploma.

As emissoras de rádio e de televisão veicularão, no período de **26 de agosto a 29 de setembro de 2016**, a propaganda eleitoral gratuita da seguinte forma:

I - em rede, nas eleições para prefeito, de segunda a sábado:

a) das 07(sete) horas às 07 (sete) horas e 10 (dez) minutos e das 12 (doze) horas às 12 (doze) horas e 10 (dez) minutos, no rádio;

b) das 13 (treze) horas às 13 (treze) horas e 10 (dez) minutos e das 20 (vinte) horas e 30 (trinta) minutos às 20 (vinte) horas e 40 (quarenta) minutos, na televisão.

II - em inserções de 30 (trinta) e de 60 (sessenta) segundos, nas eleições para prefeito e vereador, de segunda a domingo, em um total de 70 (setenta) minutos diários, distribuídas ao longo da programação veiculada entre as 05 (cinco) e as 24 (vinte e quatro) horas, na proporção de 60% (sessenta por cento) para prefeito e de 40% (quarenta por cento) para vereador.

Na veiculação da propaganda eleitoral gratuita, será considerado o horário de Brasília.

Somente serão exibidas as inserções de televisão referidas acima nos municípios em que houver estação geradora de serviços de radiodifusão de sons e imagens.

A partir de **15 de agosto de 2016**, o Juiz Eleitoral designado pelo respectivo Tribunal Regional Eleitoral convocará os partidos e a representação das emissoras de rádio e de televisão a fim de elaborarem plano de mídia para uso da parcela do horário eleitoral gratuito a que tenham direito, garantida a todos a participação nos horários de maior e de menor audiência.

Os Juízes Eleitorais efetuarão, até **19 de agosto de 2016**, sorteio para a escolha da ordem de veiculação da propaganda em rede de cada partido político ou coligação para o primeiro dia do horário eleitoral gratuito e, a cada dia que se seguir, a propaganda veiculada por último, na véspera, será a primeira, apresentando-se as demais na ordem do sorteio.

Os Juízes Eleitorais distribuirão os horários reservados à propaganda em rede, para o cargo de prefeito, e à propaganda em inserções, para ambos os cargos, entre os partidos e as coligações que tenham candidato, observados os seguintes critérios:

- **90% (noventa por cento) distribuídos proporcionalmente ao número de representantes na Câmara dos Deputados**, considerados, no caso de coligação para eleições majoritárias, o resultado da soma do número de representantes dos **06 (seis)** maiores partidos que a integrem e, nos casos de coligações para eleições proporcionais, o resultado da soma do número de representantes de todos os partidos que a integrem;

- **10% (dez por cento) distribuídos igualmente.**

Para efeito do disposto acima, serão desconsideradas as mudanças de filiação partidária, ressalvada a hipótese de criação de nova legenda, quando prevalecerá a representatividade política conferida aos parlamentares que migraram diretamente dos partidos pelos quais foram eleitos para o novo partido político, no momento de sua criação.

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, observado o disposto acima.

Se o candidato a prefeito deixar de concorrer, em qualquer etapa do pleito, e não houver substituição, será feita nova distribuição do tempo entre os candidatos remanescentes.

Nas eleições proporcionais, se um partido ou uma coligação deixar de concorrer definitivamente em qualquer etapa do pleito, será feita nova distribuição do tempo entre os remanescentes.

Na hipótese de dissidência partidária, o Juiz Eleitoral decidirá qual dos envolvidos poderá participar da distribuição do horário eleitoral gratuito.

Aos partidos e às coligações que, após a aplicação dos critérios de distribuição acima referidos, obtiverem direito a parcela do horário eleitoral inferior a **30 (trinta) segundos**, será assegurado o direito de acumulá-lo para uso em tempo equivalente.

Para efeito do disposto acima, serão consideradas as eventuais novas totalizações do resultado das eleições de 2014 que ocorram até **15 de agosto de 2016**.

O Juiz Eleitoral, os representantes das emissoras de rádio e de televisão e os representantes dos partidos políticos, por ocasião da elaboração do plano de mídia, compensarão sobras e excessos, respeitando o horário reservado para propaganda eleitoral gratuita.

Nos municípios em que não haja emissora de rádio e de televisão, a Justiça Eleitoral garantirá aos partidos políticos participantes do pleito a veiculação de propaganda eleitoral gratuita nas localidades aptas à realização de segundo turno de eleições e nas quais seja operacionalmente viável realizar a retransmissão.

A maioria dos órgãos municipais de direção dos partidos políticos participantes do pleito poderá requerer ao Tribunal Regional Eleitoral, até **15 de agosto de 2016**, a veiculação da propaganda em rede pelas emissoras que os atingem.

O Tribunal Regional Eleitoral efetuará, até **17 de agosto de 2016**, a indicação das emissoras que transmitirão a propaganda dos candidatos para cada município requerente, de acordo com a orientação da maioria dos órgãos regionais dos partidos políticos envolvidos.

Havendo um número de emissoras menor que o de municípios requerentes, a escolha das localidades que terão seus programas eleitorais transmitidos será feita na ordem do maior número de eleitores de cada município.

Havendo um número de emissoras maior que o de municípios requerentes, as demais emissoras não contempladas pela escolha transmitirão o programa eleitoral do município no qual esteja localizada a sua antena transmissora.

Ao município no qual esteja localizada a antena transmissora, fica assegurada a transmissão do programa eleitoral em pelo menos uma emissora.

Não havendo consenso da maioria dos órgãos regionais dos partidos políticos para a indicação pelo Tribunal Regional Eleitoral das emissoras, a Justiça Eleitoral procederá à indicação, de acordo com o eleitorado de cada município e com o alcance de cada emissora, de forma a contemplar o maior número de municípios possível.

Na hipótese acima, havendo igualdade de alcance do sinal de uma ou mais emissoras para determinado município, a Justiça Eleitoral, se persistir a ausência de consenso entre os órgãos regionais dos partidos políticos, procederá ao sorteio das emissoras.

Os partidos políticos, as coligações e os candidatos serão responsáveis pelo transporte e entrega das mídias que contêm a propaganda eleitoral na sede da emissora geradora localizada em outro município.

Se houver segundo turno, as emissoras reservarão, a partir de 48h (quarenta e oito horas) da proclamação provisória dos resultados do primeiro turno e até 28 de outubro de 2016, horário destinado à divulgação da propaganda eleitoral gratuita:

I - em rede, dividido em 02 (dois) blocos diários de vinte minutos, iniciando-se às 7 horas e às 12 horas, no rádio, e às 13 horas e às 20 horas e 30 minutos, na televisão;

II - em 70 (setenta) minutos diários em inserções;

O tempo de propaganda em rede e em inserções será dividido igualmente entre os partidos políticos ou as coligações dos 02 (dois) candidatos que disputam o segundo turno.

A Justiça Eleitoral elaborará nova grade de exibição das inserções, iniciando-se a veiculação pelo candidato mais votado no primeiro turno, com a alternância da ordem a cada programa ou veiculação de inserção.

Nos municípios em que ocorrer segundo turno, mas não houver emissora de tele-

visão, os partidos políticos poderão requerer a transmissão da propaganda eleitoral gratuita nas localidades em que sejam operacionalmente aptas a realizar a retransmissão, tão logo divulgado o resultado provisório do primeiro turno das eleições.

Requerida a transmissão nos termos acima, a Justiça Eleitoral, até a antevéspera do início da propaganda do segundo turno, deverá indicar a(s) emissora(s) que ficará(ão) responsável(is) pela geração, observado o procedimento já delineado para o primeiro turno, inclusive as relativas à entrega da mídia e do plano de mídia na sede da geradora.

Para uso da parcela do horário eleitoral gratuito, deverá ser observado o que segue:

- o plano de mídia e o tempo de propaganda serão calculados considerando-se o número de partidos políticos ou de coligações que requererem registro de candidatos para cada eleição e poderão ser alterados se, por qualquer motivo, deixarem de ter candidato;
- definidos o plano de mídia e os tempos de propaganda eleitoral ou verificada qualquer alteração posterior, os Juízes Eleitorais darão ciência aos partidos políticos e às coligações que disputam o pleito e a todas as emissoras responsáveis pela transmissão da propaganda no município;
- as emissoras deverão organizar-se e informar à Justiça Eleitoral e aos partidos políticos e às coligações quais serão os períodos e as emissoras responsáveis pela geração da propaganda, ou se adotarão a formação de *pool* de emissoras (se irão se reunir em grupo único, o qual ficará encarregado do recebimento das mídias que contêm a propaganda eleitoral e que ficará responsável pela geração do sinal que deverá ser retransmitido por todas as emissoras).
- caso não haja acordo entre as emissoras, o Juiz Eleitoral dividirá o período da propaganda pela quantidade de emissoras disponíveis e atribuirá, por sorteio, a responsabilidade pela geração da propaganda durante os períodos resultantes;
- na distribuição das inserções dentro da grade de programação, as emissoras deverão observar **os blocos de audiência entre as 05 (cinco) e as 11 (onze) horas, as 11 (onze) e as 18 (dezoito) horas, e as 18 (dezoito) e as 24 (vinte e quatro) horas**, previstos no plano de mídia, e veicular as inserções de modo uniforme e com espaçamento equilibrado, evitando ainda que 02 (duas) ou mais sejam exibidas no mesmo intervalo comercial, inclusive quando se tratar de outro candidato, ressalvada a hipótese de o partido ou a coligação dispor de mais inserções do que a quantidade de intervalos disponíveis;
- as inserções serão de **30 (trinta) segundos** e os partidos políticos e as coligações poderão optar por, dentro de um mesmo bloco, agrupá-las em módulos de **60 (sessenta) segundos**;
- os partidos políticos e as coligações que optarem por agrupar inserções

dentro do mesmo bloco de exibição deverão comunicar essa intenção às emissoras com a antecedência mínima de **48 (quarenta e oito) horas**, a fim de que elas possam efetuar as alterações necessárias em sua grade de programação;

- na distribuição das inserções para a eleição de vereadores, considerado o tempo diário de **28 (vinte e oito) minutos**, a divisão das **56 (cinquenta e seis) inserções** possíveis entre os **03 (três) blocos de audiência** será feita atribuindo-se, diariamente, de forma alternada, **19 (dezenove) inserções** para **02 (dois) blocos** de audiência e **18 (dezoito) inserções** para um bloco de audiência.

Nos municípios em que a veiculação da propaganda eleitoral for realizada por mais de uma emissora de rádio ou de televisão, as emissoras geradoras poderão reunir-se em grupo único, o qual ficará encarregado do recebimento das mídias que contêm a propaganda eleitoral e será responsável pela geração do sinal que deverá ser retransmitido por todas as emissoras.

Na hipótese de formação de grupo único, a Justiça Eleitoral, de acordo com a disponibilidade existente, poderá designar local para o funcionamento de posto de atendimento.

Até **25 de agosto de 2016**, as emissoras distribuirão, entre si, as atribuições relativas ao fornecimento de equipamentos e mão de obra especializada para a geração da propaganda eleitoral, bem como definirão:

- a forma de veiculação de sinal único de propaganda; e
- a forma pela qual todas as emissoras deverão captar e retransmitir o sinal.

Independentemente do meio de geração, os partidos políticos e as coligações deverão apresentar mapas de mídia diários ou periódicos às emissoras, observados os seguintes requisitos: (1) nome do partido político ou da coligação; (2) título ou número do filme a ser veiculado; (3) duração do filme; (4) dias e faixas de veiculação; e (5) nome e assinatura de pessoa credenciada pelos partidos políticos e pelas coligações para a entrega das mídias com os programas que serão veiculados, nos termos do disposto abaixo:

- Os partidos políticos e as coligações deverão indicar ao grupo de emissoras ou à emissora responsável pela geração, até **25 de agosto de 2016**, as pessoas autorizadas a entregar os mapas e as mídias, comunicando eventual substituição com **24 (vinte e quatro) horas** de antecedência mínima.

- O credenciamento de pessoas autorizadas a entregar os mapas e as mídias obedecerá ao modelo fornecido pelo Tribunal Superior Eleitoral e deverá ser assinado por representante ou por advogado do partido ou da coligação.

Sem prejuízo do prazo para a entrega das mídias, **os mapas de mídia** deverão ser apresentados ao grupo de emissoras ou à emissora responsável pela geração do sinal de televisão até às **14 (catorze) horas da véspera de sua veiculação**.

Para as transmissões previstas para **sábados, domingos e segundas-feiras**, os mapas deverão ser apresentados ao grupo de emissoras ou à emissora responsável

pela geração até às **14 (catorze) horas da sexta-feira imediatamente anterior**.

O grupo de emissoras ou a emissora responsável pela geração ficam eximidas de responsabilidade decorrente de transmissão de programa em desacordo com os mapas de mídia apresentados, quando não observado os prazos estabelecidos acima.

O grupo de emissoras e a emissora responsável pela geração estarão desobrigadas do recebimento de mapas de mídia e mídias que não forem encaminhados pelas pessoas credenciadas.

Até **25 de agosto de 2016**, o grupo de emissoras e as emissoras responsáveis pela geração deverão fornecer à Justiça Eleitoral, aos partidos políticos e às coligações, por meio do formulário estabelecido pelo Tribunal Superior Eleitoral, seus telefones, endereços – inclusive eletrônico –, números de *fac-símile* e nomes das pessoas responsáveis pelo recebimento de mapas e de mídias.

Na hipótese de o grupo de emissoras ou de as emissoras responsáveis pela geração não fornecerem os dados de que trata o parágrafo acima, as entregas dos mapas de mídia e das mídias com as gravações da propaganda eleitoral serão consideradas como válidas se enviadas ou entregues na portaria da sede da emissora ou enviadas para qualquer número de *fac-símile* de propriedade da emissora, que arcará com a responsabilidade por eventual omissão ou desacerto na geração da propaganda eleitoral.

As mídias com as gravações da propaganda eleitoral no rádio e na televisão serão entregues ao grupo de emissoras ou à emissora responsável pela geração, inclusive nos sábados, domingos e feriados, **com a antecedência mínima:**

- de **06 (seis) horas** do horário previsto para o início da transmissão, no caso dos programas em rede;

- de **12 (doze) horas** do horário previsto para o início da transmissão, no caso das inserções.

Por ocasião da elaboração do plano de mídia, as emissoras, os partidos e as coligações poderão acordar outros prazos, sob a supervisão do Juiz Eleitoral.

As mídias apresentadas deverão ser individuais, delas constando apenas uma peça de propaganda eleitoral, seja ela destinada a bloco ou a modalidade de inserções, e deverão ser gravadas e apresentadas em meio de armazenamento compatível com as condições técnicas da emissora geradora.

As emissoras deverão informar, por ocasião da realização da reunião do plano de mídia, os tipos compatíveis de armazenamento aos órgãos municipais dos partidos políticos do município cuja propaganda será veiculada por elas.

Em cada mídia o partido político ou a coligação deverá incluir a claquete, da qual deverão estar registradas as seguintes informações: (1) nome do partido político ou da coligação; (2) título ou número do filme a ser veiculado; (3) duração do filme; e (4) dias e faixas de veiculação.

As informações acima servirão para controle interno da emissora, não devendo ser veiculadas ou computadas no tempo reservado para o programa eleitoral.

As mídias serão entregues nas emissoras por meio de formulário em modelo estabelecido pelo Tribunal Superior Eleitoral, em **02 (duas) vias**, sendo **01 (uma)** para recibo.

As mídias deverão estar identificadas no lado externo, com o nome do partido político ou da coligação, o título da propaganda, o tempo de exibição, a referência alfanumérica, a data e o período de veiculação e o município ao qual se destinam.

Essas informações deverão coincidir com as constantes no formulário de entrega, bem como com as da claquete que deverá ser gravada antes da propaganda.

No momento da entrega das mídias e na presença do representante credenciado do partido político ou da coligação, será efetuada a conferência da qualidade da mídia e da duração do programa.

Constatada a perfeição técnica do material, o formulário de entrega será protocolado, permanecendo uma via no local, sendo a outra devolvida à pessoa autorizada.

Verificada incompatibilidade, erro ou defeito na mídia ou inadequação dos dados com a descrição constante no formulário de entrega, o material será devolvido ao portador, com o registro das razões da recusa nas **02 (duas) vias** do formulário de entrega, permanecendo **01 (uma)** na emissora ou no posto de atendimento.

Se o partido político ou a coligação, dentro dos horários de entrega permitidos, desejar substituir a propaganda por outra a ser exibida no lugar da anteriormente indicada, deverá, além de respeitar o prazo de entrega do material, indicar, com destaque, que a nova mídia substitui a anterior.

Caso o partido político ou a coligação não entregue, na forma e no prazo previsto, a mídia que contém o programa ou inserção a ser veiculado, ou ela não apresente condições técnicas para a sua veiculação, deverá ser retransmitido, no horário reservado a esse partido político ou coligação, o último programa ou inserção entregue.

Se nenhum programa tiver sido entregue, será levada ao ar apenas a informação de que tal horário se encontra reservado para a propaganda eleitoral do respectivo partido ou coligação.

Na propaganda em bloco, as emissoras deverão cortar de sua parte final o que ultrapassar o tempo atribuído ao partido ou à coligação e, caso a duração seja insuficiente, o tempo será completado pela emissora geradora com a veiculação dos seguintes dizeres: "*Horário reservado à propaganda eleitoral gratuita – Lei nº 9.504/97*".

Na propaganda em inserções, caso a duração ultrapasse o estabelecido no plano de mídia, a parte final e excedente da inserção será cortada.

Na hipótese de algum partido político ou coligação não entregar o mapa de mídia indicando qual inserção deverá ser veiculada em determinado horário, as emissoras poderão transmitir qualquer inserção anteriormente entregue que não tenha sido obstada por ordem judicial.

Na hipótese de nenhum dos partidos políticos entregar a propaganda eleitoral do município que não possua emissora de televisão, a emissora de televisão deverá transmitir a propaganda eleitoral do seu município de origem.

As gravações da propaganda eleitoral deverão ser conservadas pelo prazo de **20 (vinte) dias** depois de transmitidas pelas emissoras de até **01 (um) quilowatt** e pelo prazo de **30 (trinta) dias** pelas demais.

Durante os períodos mencionados acima, as gravações ficarão no arquivo da emissora, mas à disposição da Justiça Eleitoral, para servir como prova sempre que requerido.

IMPORTANTE:

- ✓ Não serão admitidos cortes instantâneos ou qualquer tipo de censura prévia nos programas eleitorais gratuitos³⁰.
- ✓ É vedada a veiculação de propaganda que possa degradar ou ridicularizar candidatos, sujeitando-se o partido político ou a coligação que cometeu infração à perda do direito à veiculação de propaganda no horário eleitoral gratuito do dia seguinte ao da decisão³¹.
- ✓ Sem prejuízo do disposto acima, a requerimento de partido político, de coligação ou de candidato, a Justiça Eleitoral impedirá a reapresentação de propaganda eleitoral gratuita ofensiva à honra de candidato, à moral e aos bons costumes.

A reiteração de conduta que já tenha sido punida pela Justiça Eleitoral poderá ensejar a suspensão temporária da participação do partido político ou da coligação no programa eleitoral gratuito.

É vedado aos partidos políticos e às coligações incluir no horário destinado aos candidatos às eleições proporcionais propaganda das candidaturas a eleições majoritárias, ou vice-versa, ressalvada a utilização, durante a exibição do programa, de legendas com referência aos candidatos majoritários, ou, ao fundo, de cartazes ou fotografias desses candidatos, ficando autorizada a menção ao nome e ao número de qualquer candidato do partido ou da coligação

É facultada a inserção de depoimento de candidatos a eleições proporcionais no horário da propaganda das candidaturas majoritárias e vice-versa, registrados sob o mesmo partido ou coligação, desde que o depoimento consista exclusivamente em pedido de voto ao candidato que cedeu o tempo e não exceda **25% (vinte e cinco por cento)** do tempo de cada programa ou inserção.

O partido político ou a coligação que não observar a regra perderá, em seu horário de propaganda gratuita, tempo equivalente no horário reservado à propaganda da eleição disputada pelo candidato beneficiado.

Nos programas e inserções de rádio e de televisão destinados à propaganda elei-

³⁰ CENSURA PRÉVIA. CARACTERIZAÇÃO. REEXAME. IMPOSSIBILIDADE. DESPROVIMENTO. Na espécie, consoante delineado no acórdão regional, a determinação judicial de abstenção de publicação de novas matérias ofensivas à honra de candidato configurou censura prévia, por se voltar para providência futura e incerta. (TSE. AgR-AI nº 437-86.2012. Rel. Min. Luciana Lóssio. DJE: 18/11/2015).

³¹ Eleições 2010. Propaganda Eleitoral. Rádio. Inserções. A crítica política, ainda que ácida, não deve ser realizada em linguagem grosseira. Representação julgada procedente. (TSE. Rp nº 3525-35.2010. Rel. Min. Henrique Neves. PSESS: 21/10/2010).

toral gratuita de cada partido ou coligação só poderão aparecer, em gravações internas e externas, candidatos, caracteres com propostas, fotos, jingles, clipes com música ou vinhetas, inclusive de passagem, com indicação do número do candidato ou do partido, bem como de seus apoiadores, inclusive os candidatos – do mesmo partido e coligação – que vá pedir votos para outro candidato, que poderão dispor de até **25% (vinte e cinco por cento)** do tempo de cada programa ou inserção.

É vedada a utilização de montagens, trucagens, computação gráfica³², desenhos animados e efeitos especiais³³.

No segundo turno das eleições não será permitida, nos programas acima tratados, a participação de filiados a partidos que tenham formalizado o apoio a outros candidatos.

Será permitida a veiculação de entrevistas com o candidato e de cenas externas nas quais ele, pessoalmente, exponha (1) realizações de governo ou da administração pública; (2) falhas administrativas e deficiências verificadas em obras e serviços públicos em geral; e (3) atos parlamentares e debates legislativos.

Na propaganda eleitoral gratuita, é vedado ao partido político, à coligação ou ao candidato, transmitir, ainda que sob a forma de entrevista jornalística, imagens de realização de pesquisa ou qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral em que seja possível identificar o entrevistado ou em que haja manipulação de dados, assim como usar trucagem, montagem ou outro recurso de áudio ou de vídeo que, de qualquer forma, degradem ou ridicularizem candidato, partido ou coligação, ou produzir ou veicular programa com esse efeito.

A inobservância do disposto acima sujeita o partido político ou a coligação à perda de tempo equivalente ao dobro do usado na prática do ilícito, no período do horário gratuito subsequente, dobrada a cada reincidência, devendo, o tempo correspondente ser veiculado após o programa dos demais candidatos com a informação de que a não veiculação do programa resulta de infração da lei eleitoral.

Durante toda a transmissão pela televisão, em bloco ou em inserções, a propaganda deverá ser identificada pela legenda “*propaganda eleitoral gratuita*” e pelo município a que se refere³⁴.

Essa identificação é de responsabilidade dos partidos políticos e das coligações.

32 Na linha do entendimento do Tribunal Superior Eleitoral (Rp nº 1073-13), a utilização de recursos de computação gráfica, ainda que muito simples e pouco dispendiosos, rende ensejo à vedação prevista no art. 51, inciso IV, da Lei nº 9.504/97. (TSE. R-Rp nº 1086-12.2014. Rel. Min. Admar Gonzaga. PSESS: 23/09/2014).

33 ELEIÇÕES 2014. REPRESENTAÇÃO. PARCIAL PROCEDÊNCIA. RECURSO. PROPAGANDA ELEITORAL. UTILIZAÇÃO DE COMPUTAÇÃO GRÁFICA. GRAVAÇÕES EXTERNAS. VIOLAÇÃO DO ART. 51, IV, DA LEI Nº 9.504/97. NOME DO VICE. TAMANHO DA LETRA. CRITÉRIO DE PROPORCIONALIDADE EM RELAÇÃO AO NOME DO TITULAR. ART. 36, § 4º, LEI 9.504/97. VIOLAÇÃO. NÃO PROVIMENTO. 1. Na linha do entendimento do Tribunal Superior Eleitoral (Rp nº 1073-13), a utilização de recursos de computação gráfica, de gravações externas e de efeito especial de som, viola o disposto no art. 51, inciso IV, da Lei nº 9.504/97. 2. Constatado que a publicidade desatende ao critério legal quanto às dimensões da letra utilizada no nome do candidato a Vice-Presidente em relação ao do titular da chapa, impõe-se a aplicação da multa prevista no § 3º do art. 36 da Lei das Eleições. Precedente (RRP nº 1086-12, Rel. Min. Admar Gonzaga, de 23.9.2014). (TSE. R-Rp nº 1092-19.2014. Rel. Min. Tarcísio Vieira de Carvalho Neto. PSESS: 25/09/2014).

34 Nas propagandas denominadas “inserções eleitorais”, são obrigatórios o uso da legenda “propaganda eleitoral gratuita” e a menção aos nomes da coligação e dos partidos que a compõem (arts. 7º e 46 da Resolução-TSE 23.404). (TSE. R-Rp nº 1078-35.2014. Rel. Min. Herman Benjamin. PSESS: 30/09/2014).

Competirá aos partidos políticos e às coligações distribuir entre os candidatos registrados os horários que lhes forem destinados pela Justiça Eleitoral.

Na divulgação de pesquisas no horário eleitoral gratuito devem ser informados, com clareza, o período de sua realização e a margem de erro, não sendo obrigatória a menção aos concorrentes, desde que o modo de apresentação dos resultados não induza o eleitor em erro quanto ao desempenho do candidato em relação aos demais.

As emissoras deverão, até **16 de agosto de 2016**, independentemente de intimação, indicar expressamente aos Juízes Eleitorais os seus respectivos endereços, incluindo o eletrônico, e o número de *fac-símile* pelos quais receberão ofícios, intimações ou citações; deverão ainda indicar o nome de representante ou de procurador com domicílio no município e poderes para representar a empresa e, em seu nome, receber citações pessoais.

Na hipótese de a emissora não atender o acima disposto, os ofícios, as intimações e as citações encaminhados pela Justiça Eleitoral serão considerados como válidos no momento de sua entrega na portaria da sede da emissora ou quando transmitidos para qualquer número de *fac-símile* de propriedade da emissora.

As emissoras que sejam obrigadas por lei a transmitir a propaganda eleitoral não poderão deixar de fazê-lo sob a alegação de desconhecerem as informações relativas à captação do sinal e à veiculação da propaganda eleitoral.

As emissoras não poderão deixar de exibir a propaganda eleitoral, salvo se o partido político ou a coligação deixar de entregar ao grupo de emissoras ou à emissora geradora a respectiva mídia, hipótese na qual deverá ser reexibida a propaganda anterior ou veiculado o aviso previsto nesta resolução.

Não sendo transmitida a propaganda eleitoral, o Juiz Eleitoral, a requerimento dos partidos políticos, das coligações, dos candidatos ou do Ministério Público Eleitoral, poderá determinar a intimação pessoal dos representantes da emissora para que obedçam, imediatamente, às disposições legais vigentes e transmitam a propaganda eleitoral gratuita, sem prejuízo do ajuizamento da ação cabível para a apuração de responsabilidade ou de eventual abuso, a qual, observados o contraditório e a ampla defesa, será decidida, com a aplicação das sanções cabíveis.

Constatado, na hipótese prevista acima, que houve a divulgação da propaganda eleitoral de apenas um ou de alguns partidos políticos e/ou coligações, o Juiz Eleitoral poderá determinar a exibição da propaganda eleitoral do(s) partido(s) político(s) ou coligação(ões) preterido(as) no horário da programação normal da emissora imediatamente posterior ao reservado para a propaganda eleitoral, arcando a emissora com os custos de tal exibição.

Verificada a exibição da propaganda eleitoral com falha técnica relevante, atribuída à emissora, que comprometa a sua compreensão, o Juiz Eleitoral determinará as providências necessárias a serem observadas para que o fato não se repita e, se for o caso, determinará nova exibição da propaganda do(s) partido(s) político(s) ou coligação(ões) preterido(as) no horário da programação normal da emissora imedia-

tamente posterior ao reservado para a propaganda eleitoral, arcando a emissora com os custos de tal exibição.

Erros técnicos na geração da propaganda eleitoral não excluirão a responsabilidade das emissoras que não estavam encarregadas da geração por eventual retransmissão que venha a ser determinada pela Justiça Eleitoral.

A requerimento do Ministério Público, de partido, de coligação ou de candidato, a Justiça Eleitoral poderá determinar a suspensão, por **24 (vinte e quatro) horas**, da programação normal de emissora que deixar de cumprir as disposições acima.

No período de suspensão, a Justiça Eleitoral veiculará mensagem de orientação ao eleitor, intercalada, a cada **15 (quinze) minutos**. Em cada reiteração de conduta, o período de suspensão será duplicado.

10.1. PROPAGANDA DO CANDIDATO *SUB JUDICE*

O candidato cujo registro esteja *sub judice* poderá efetuar todos os atos relativos à sua campanha eleitoral, inclusive utilizar o horário eleitoral gratuito, para sua propaganda, no rádio e na televisão³⁵.

O acima estabelecido se aplica igualmente ao candidato cujo pedido de registro tenha sido protocolado no prazo legal e ainda não tenha sido apreciado pela Justiça Eleitoral.

11. DIA DA ELEIÇÃO: O QUE PODE E O QUE NÃO PODE.

É permitida, no dia das eleições, a manifestação individual e silenciosa da preferência do eleitor por partido político, coligação ou candidato, revelada exclusivamente pelo uso de bandeiras, broches, dísticos e adesivos.

São vedados, no dia do pleito, até o término do horário de votação, a aglomeração de pessoas portando vestuário padronizado e os instrumentos de propaganda acima referidos, de modo a caracterizar manifestação coletiva, com ou sem utilização de veículos.

No recinto das seções eleitorais e juntas apuradoras, é proibido aos servidores da Justiça Eleitoral, aos mesários e aos escrutinadores o uso de vestuário ou objeto que contenha qualquer propaganda de partido político, de coligação ou de candidato.

Aos fiscais partidários, nos trabalhos de votação, só é permitido que, de seus crachás, constem o nome e a sigla do partido político ou da coligação a que sirvam, vedada a padronização do vestuário.

³⁵ 1. O art. 45 da Res.-TSE nº 23.373 - que reproduz o teor do art. 16-A da Lei nº 9.504/97 - expressamente estabelece que o candidato cujo registro esteja *sub judice* poderá efetuar todos os atos relativos à campanha eleitoral, inclusive utilizar o horário eleitoral gratuito no rádio e na televisão e ter o seu nome mantido na urna eletrônica enquanto estiver sob essa condição. 2. Não se pode - com base na nova redação do art. 15 da Lei Complementar nº 64/90, dada pela Lei Complementar nº 135/2010 - concluir pela possibilidade de cancelamento imediato da candidatura, com a proibição de realização de todos os atos de propaganda eleitoral, em virtude de decisão por órgão colegiado no processo de registro, sobretudo porque, caso sejam adotadas tais medidas, evidentemente as candidaturas estarão inviabilizadas, quer em decorrência do manifesto prejuízo à campanha eleitoral, quer pela retirada do nome do candidato da urna eletrônica. (TSE. AgR-AC nº 962-97.2012. Rel. Min. Arnaldo Versiani. PSESS: 04/10/2012).

12. CRIMES ELEITORAIS RELACIONADOS À PROPAGANDA ELEITORAL.

12.1. CRIMES ELEITORAIS NO DIA DA ELEIÇÃO:

Constituem crimes, no dia da eleição, puníveis com detenção de **06 (seis) meses a 01 (um) ano**, com a alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo período, e multa no valor de **R\$5.320,50** (cinco mil e trezentos e vinte reais e cinquenta centavos) a **R\$15.961,50** (quinze mil e novecentos e sessenta e um reais e cinquenta centavos):

- o uso de alto-falantes e amplificadores de som ou a promoção de comício ou carreatas;
- a arregimentação de eleitor ou a propaganda de boca de urna;
- a divulgação de qualquer espécie de propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos, exceto a manutenção da propaganda que tenha sido divulgada na *Internet*, no dia da eleição.

As circunstâncias relativas ao derrame de material impresso de propaganda no dia da eleição ou na véspera poderão ser apuradas para efeito do estabelecimento da culpabilidade dos envolvidos diante do crime de que trata o item anterior.

Também constitui crime, no dia da eleição, o fornecimento de transporte ou refeições aos eleitores da zona urbana³⁶.

12.2. CRIMES ELEITORAIS EM GERAL:

Constituem crimes eleitorais:

- usar, na propaganda eleitoral, de símbolos, frases ou imagens associadas ou semelhantes às empregadas por órgão de governo, por empresa pública ou por sociedade de economia mista;
- contratar direta ou indireta de grupo de pessoas com a finalidade específica de emitir mensagens ou comentários na *Internet* para ofender a honra ou denegrir a imagem de candidato, de partido ou de coligação;
- divulgar, na propaganda, fatos que se sabem inverídicos, em relação a partidos ou a candidatos, capazes de exercerem influência sobre o eleitorado, havendo o aumento da pena se o crime é cometido pela imprensa, pelo rádio ou pela televisão;
- caluniar alguém, na propaganda eleitoral ou para fins de propaganda, imputando-lhe falsamente fato definido como crime, nas mesmas penas incorrendo quem, sabendo falsa a imputação, a propala ou a divulga³⁷;

³⁶ O transporte de eleitores no dia das eleições - art. 11, inciso III, da Lei nº 6.091/1974 - é um dos tipos de crimes mais graves da legislação eleitoral, cuja pena mínima é de quatro anos de reclusão. O TRE, soberano na análise das provas dos autos, concluiu que a conduta é grave o suficiente a ensejar a severa sanção de cassação de diploma. (TSE. REspe nº 185-64.2012. Rel. Min. Gilmar Mendes. DJE: 19/05/2016).

³⁷ A divulgação de montagem fotográfica e da inclusão do nome e da imagem de candidato em eleição municipal associando-o à prática de crimes que foram julgados pelo Supremo Tribunal Federal, realizada no período crítico das campanhas eleitorais, as quais se revelaram falsas, demonstra quadro fático que se insere no tipo do art. 324 do

- difamar alguém, na propaganda eleitoral ou para fins de propaganda, imputando-lhe fato ofensivo à sua reputação;
- injuriar alguém, na propaganda eleitoral, ou visando a fins de propaganda, ofendendo-lhe a dignidade ou o decoro;
- inutilizar, alterar ou perturbar meio de propaganda devidamente empregado;
- impedir o exercício de propaganda;
- utilizar organização comercial de vendas, distribuição de mercadorias, prêmios e sorteios para propaganda ou aliciamento de eleitores;
- fazer propaganda, qualquer que seja a sua forma, em língua estrangeira;
- dar, oferecer, prometer, solicitar ou receber, para si ou para outrem, dinheiro, dádiva, ou qualquer outra vantagem, para obter ou dar voto e para conseguir ou prometer abstenção, ainda que a oferta não seja aceita;
- não assegurar o funcionário postal a prioridade aos partidos políticos durante os 60 (sessenta) dias anteriores à realização das eleições, para remessa de material de propaganda de seus candidatos registrados.

IMPORTANTE: Todo cidadão que tiver conhecimento de infração penal prevista na legislação eleitoral deverá comunicá-la ao Juiz da Zona Eleitoral onde ela se verificou.

13. PODER DE POLÍCIA E CENSURA PRÉVIA.

A propaganda exercida nos termos da legislação eleitoral não poderá ser objeto de multa nem cerceada sob alegação do exercício do poder de polícia ou de violação de postura municipal.

O poder de polícia sobre a propaganda eleitoral será exercido pelos Juízes Eleitorais e pelos Juízes designados pelos Tribunais Regionais Eleitorais.³⁸

O poder de polícia se restringe às providências necessárias para inibir práticas ilegais, vedada a censura prévia sobre o teor dos programas e matérias jornalísticas a serem exibidos na televisão, no rádio, na Internet e na imprensa escrita.³⁹

Código Eleitoral, como foi corretamente definido pelo Tribunal Regional Eleitoral. 7. A divulgação de fatos ou notícias, em especial as falsas, tem o condão de influenciar as campanhas eleitorais e, por isso, podem ser consideradas elementos que visam a fins de propaganda. (TSE. AgR-REspe nº 243-26.2013. Rel. Min. Henrique Neves da Silva. DJE: 14/03/2016).

38 RECURSO EM MANDADO DE SEGURANÇA. PROPAGANDA ELEITORAL. EXERCÍCIO DE PODER DE POLÍCIA. APLICAÇÃO DE MULTA DE OFÍCIO E SEM PRÉVIO AJUIZAMENTO DE REPRESENTAÇÃO. INVIABILIDADE. ORDEM CONCEDIDA. Nos termos da Súmula 18 do TSE, é vedado ao juiz eleitoral, no exercício do poder de polícia, de ofício, instaurar procedimento com a finalidade de impor multa pela veiculação de propaganda eleitoral em desacordo com a Lei 9.504/97. (TSE. RMS nº 486-96.2012. Rel. Min. Nancy Andriahi. DJE: 23/12/2012).

39 RECURSO EM MANDADO DE SEGURANÇA. EXPEDIÇÃO DE PORTARIA. JUIZ ELEITORAL. PENA. COMINAÇÃO. DESOBEDIÊNCIA. PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR. PODER DE POLÍCIA. IMPOSSIBILIDADE. PRECEDENTES. RECURSO PROVIDO. Aos juízes eleitorais, nos termos do artigo 41, §§ 1º e 2º, da Lei nº 9.504/97, compete exercer o poder de polícia sobre a propaganda eleitoral, não lhes assiste, porém, legitimidade para instaurar portaria que comina pena por desobediência a essa Lei. (TSE. RMS nº 1541-04.2010. Rel. Min. Gilson Dipp. DJE: 14/05/2012).

14. DIREITO E PEDIDO DE RESPOSTA.

O direito de resposta "é o instrumento jurídico pertinente para que os candidatos, partidos políticos e coligações defendam-se de falsas afirmações⁴⁰, sejam elas de forma direta⁴¹ ou indireta⁴², que são veiculadas durante a propaganda eleitoral."⁴³

Os pedidos de resposta⁴⁴ podem ser requeridos pelo candidato, partido ou coligação devem dirigir-se ao Juiz Eleitoral encarregado da propaganda eleitoral⁴⁵.

14.1. PEDIDO DE RESPOSTA EM ÓRGÃO DA IMPRENSA ESCRITA.

O pedido de resposta em órgão da imprensa escrita⁴⁶ deverá ser feito **no prazo de 72 (setenta e duas horas), a contar das 19 (dezenove) horas da data constante da edição em que foi veiculada a ofensa**, salvo prova documental de que a circulação, no domicílio do ofendido, ocorreu após esse horário.

40 Na linha de entendimento deste eg. Tribunal Superior, por ocasião do julgamento da Rp nº 1083-57, decidida por unanimidade, na sessão de 9.9.2014, o exercício de direito de resposta viabiliza-se apenas quando for possível extrair da afirmação apontada como sabidamente inverídica ofensa de caráter pessoal a candidato, partido ou coligação. (TSE. Rp nº 1524-38.2014. Rel. Min. Tarcísio Vieira de Carvalho Neto. PSESS: 02/10/2014).

41 1. É assente nesta Corte que as críticas, mesmo que veementes, fazem parte do jogo eleitoral, não ensejando, por si sós, o direito de resposta, desde que não ultrapassem os limites do questionamento político e nem descambem para o insulto pessoal, para a imputação de delitos ou de fatos sabidamente inverídicos. 2. Os representados não se limitaram a tecer críticas de natureza política a adversários, insitas ao debate eleitoral franco e aberto. 3. Ao se valerem dos termos "corrupção" e "roubalheira", fizeram alusão direta a prática de crimes capitulados na legislação penal brasileira. 4. O art. 58 da Lei nº 9.504/97 dispõe que "a partir da escolha de candidatos em convenção, é assegurado o direito de resposta a candidato, partido ou coligação atingidos, ainda que de forma indireta, por conceito, imagem ou afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa ou sabidamente inverídica, difundidos por qualquer veículo de comunicação social". 5. Configurada ofensa à honra da candidata. (TSE. Rp nº 1279-27.2014. Rel. Min. Tarcísio Vieira de Carvalho Neto. PSESS: 23/09/2014).

42 Se a propaganda eleitoral gratuita não se limita a reproduzir fatos noticiados pela mídia, imputando a candidato adversário a prática de ilícitos, ainda que indiretamente, defere-se o pedido de resposta. (TSE. R-Rp nº 3403-22.2010. Rel. Min. Nancy Andrighi. PSESS: 29/10/2010).

43 AGRA, Walber de Moura. *Manual prático de direito eleitoral*. Belo Horizonte: Fórum, 2016, p. 171.

44 PROPAGANDA ELEITORAL. DIREITO DE RESPOSTA. INSERÇÃO. FATO SABIDAMENTE INVERÍDICO. ART. 58 DA LEI Nº 9.504/97. O fato sabidamente inverídico, a que se refere o art. 58 da Lei nº 9.504/97, para fins de concessão de direito de resposta, é aquele que não demanda investigação, ou seja, deve ser perceptível de plano, a "olhos desarmados". Além disso, deve denotar ofensa de caráter pessoal a candidato, partido ou coligação. Precedentes. (TSE. R-Rp nº 1211-77.2014. Rel. Min. Tarcísio Vieira de Carvalho Neto. PSESS: 23/09/2014).

45 1. Em prol da liberdade de expressão, não enseja o direito de resposta, a que se refere o art. 58 da Lei nº 9.504/97, crítica genérica, inespecífica, despida de alusão clara a determinado governo, candidato, partido ou coligação. 2. (...). 3. A concessão de direito de resposta pressupõe inverdades manifestas e/ou ofensas objetivas, não sendo dado à Justiça Eleitoral complementar falas, adicionar novos elementos, preencher lacunas e edificar ilações de todo subjetivas. 4. Caso em que não se caracteriza ofensa específica às representantes, mas sim promessa difusa de governo probo, livre de corrupção, como convém. (TSE. Rp nº 1192-71.2014. Rel. Min. Tarcísio Vieira de Carvalho Neto. PSESS: 23/09/2014).

46 1. Competência da Justiça Eleitoral para processar e julgar direito de resposta. Sempre que órgão de imprensa se referir de forma direta aos candidatos, partidos ou coligações que disputam o pleito, haverá campo para atuação da Justiça Eleitoral nos casos em que o direito de informar tenha extrapolado para a ofensa ou traga informação inverídica. 2. Garantias constitucionais da livre expressão do pensamento, liberdade de imprensa e direito de crítica não procedem. Nenhum direito ou garantia é absoluto (HC 93250, rel. min. Ellen Gracie, DJe 27.6.2008; RE 455.283 AgR, rel. min. Eros Grau, DJ 5.5.2006; ADI 2566/MC, rel. min. Sydney Sanches, DJ 27.2.2004). 3. Extrapola o limite da informação reportagem que analisa o conteúdo de frase proferida por candidato, anteriormente considerada como ofensiva pela Justiça Eleitoral, para atribuir-lhe veracidade. A afirmação que atribui a Partido Político associação com narcotráfico abre espaço para o direito de resposta. 4. O texto da resposta deve ser proporcional à ofensa e não deve conter provocações ou matérias que traduzam apologia ao Estado, em virtude do caráter impessoal que deve prevalecer na condução da coisa pública. (TSE. Rp nº 1975-05.2010. Rel. Min. Henrique Neves. PSESS: 02/08/2010).

O pedido deverá ser instruído com **01 (um) exemplar** da publicação e o texto da resposta.

Deferido o pedido⁴⁷, a resposta será divulgada no mesmo veículo, espaço, local, página, tamanho, caracteres e outros elementos de realce usados na ofensa, **em até 48 (quarenta e oito) horas após a decisão**, ou, tratando-se de veículo com periodicidade de circulação maior do que **48 (quarenta e oito) horas**, na primeira oportunidade em que circular.

Por solicitação do ofendido, a divulgação da resposta será feita no mesmo dia da semana em que a ofensa for divulgada, ainda que fora do **prazo de 48 (quarenta e oito) horas**.

Se a ofensa for produzida em dia e hora que inviabilizem sua reparação dentro dos prazos estabelecidos nos itens anteriores, a Justiça Eleitoral determinará a imediata divulgação da resposta.

O ofensor deverá comprovar nos autos o cumprimento da decisão, mediante dados sobre a regular distribuição dos exemplares, a quantidade impressa e o raio de abrangência na distribuição.

14.2. PEDIDO DE RESPOSTA EM PROGRAMAÇÃO NORMAL DAS EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO.

O pedido de resposta em programação normal das emissoras de rádio e televisão, com a transcrição do trecho considerado ofensivo ou inverídico, deverá ser feito no **prazo de 48 (quarenta e oito) horas, contado a partir da veiculação da ofensa**.

A Justiça Eleitoral, à vista do pedido, deverá notificar imediatamente o responsável pela emissora que realizou o programa, para que confirme data e horário da veiculação e entregue, em **24 (vinte e quatro) horas**, sob as penas legais, cópia da fita da transmissão, que será devolvida após a decisão.

O responsável pela emissora, ao ser notificado pela Justiça Eleitoral ou informado pelo representante, por cópia protocolada do pedido de resposta, preservará a gravação até a decisão final do processo.

Deferido o pedido, a resposta será dada **em até 48 (quarenta e oito) horas** após a decisão, em tempo igual ao da ofensa, **nunca inferior a 01 (um) minuto**.⁴⁸

14.3. PEDIDO DE RESPOSTA NO HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO.

O pedido de resposta no horário eleitoral gratuito deverá ser feito no **prazo de 24**

⁴⁷ Sempre que órgão de imprensa se referir de forma direta a candidatos, partidos ou coligações que disputam o pleito, com ofensa ou informação inverídica, extrapolando o direito de informar, haverá campo para atuação da Justiça Eleitoral para processar e julgar direito de resposta. (TSE. 1313-02.2014. Rel. Min. Admar Gonzaga. PSESS: 25/09/2014).

⁴⁸ O direito de resposta deve ser concedido com duração temporal igual ao da ofensa proferida e que autorizou a sua aplicação, porém nunca inferior a um minuto, razão pela qual deve ficar demonstrado nos autos, de forma inequívoca, o tempo de duração da matéria considerada ofensiva. (TSE. R-Rp nº 3403-22.2010. Rel. Min. Nancy Andrighi. PSESS: 29/10/2010).

(vinte e quatro) horas, contado a partir da veiculação do programa⁴⁹.

O pedido deverá especificar o trecho considerado ofensivo ou inverídico e ser instruído com a mídia da gravação do programa, acompanhada da respectiva de gravação.

Deferido o pedido, o ofendido usará, para a resposta, tempo igual ao da ofensa, porém **nunca inferior a 01 (um) minuto**.

A resposta será veiculada no horário destinado ao partido político ou à coligação responsável pela ofensa, devendo dirigir-se aos fatos nela veiculados.

Se o tempo reservado ao partido político ou à coligação responsável pela ofensa **for inferior a 01 (um) minuto**, a resposta será levada ao ar tantas vezes quantas forem necessárias para a sua complementação.

Deferido o pedido para resposta, a emissora geradora e o partido político ou a coligação atingidos deverão ser notificados imediatamente da decisão, na qual deverão estar indicados os períodos, diurno ou noturno, para a veiculação da resposta, sempre no início do programa do partido político ou da coligação, e, ainda, o bloco de audiência, caso se trate de inserção.

O meio de armazenamento com a resposta deverá ser entregue à emissora geradora **até 36 (trinta e seis) horas após a ciência da decisão**, para veiculação no programa subsequente do partido político ou da coligação em cujo horário se praticou a ofensa.

Se o ofendido for candidato, partido político ou coligação que tenha usado o tempo concedido sem responder aos fatos veiculados na ofensa, terá subtraído tempo idêntico do respectivo programa eleitoral.

Tratando-se de terceiros, ficarão sujeitos à suspensão de igual tempo em eventuais novos pedidos de resposta e à multa no valor de **R\$2.128,20** (dois mil e cento e vinte e oito reais e vinte centavos) a **R\$5.320,50** (cinco mil e trezentos e vinte reais e cinquenta centavos).

14.4 . PEDIDO DE RESPOSTA EM PROPAGANDA ELEITORAL PELA INTERNET.

O pedido de resposta em propaganda eleitoral pela *Internet* poderá ser feito enquanto a ofensa estiver sendo veiculada, ou no **prazo de 72 (setenta e duas) horas**, contado da sua retirada.

A inicial deverá ser instruída com cópia impressa da página em que foi divulgada a ofensa e com a perfeita identificação de seu endereço na *Internet* (URL);

Deferido o pedido, a resposta será divulgada no mesmo veículo, espaço, local, horário, página eletrônica, tamanho, com caracteres e outros elementos de realce

⁴⁹ DIREITO DE RESPOSTA. OFENSA À HONRA. HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO. BLOCO TELEVISIVO. MEDIDA LIMINAR. DEFERIMENTO. 1. Nos programas eleitorais gratuitos, as campanhas devem ser programáticas e propositivas, visando ao esclarecimento do eleitor quanto a temas de interesse público. 2. Não é permitido o uso do horário eleitoral gratuito para a veiculação de ofensas ou acusações a adversários, decorrentes de manifestações de terceiros ou de matérias divulgadas pela imprensa. 3. Eventuais críticas e debates, ainda que duros e contundentes, devem estar relacionados com as propostas, os programas de governo e as questões de políticas públicas. (TSE. Rp nº 1658-65.2014. Rel. Min. Admar Gonzaga. PSESS: 16/10/2014).

usados na ofensa, **em até 48 (quarenta e oito) horas** após a entrega da mídia física com a resposta do ofendido.

A resposta ficará disponível para acesso pelos usuários do serviço de *Internet* por tempo não inferior ao dobro em que esteve disponível a mensagem considerada ofensiva⁵⁰.

Os custos de veiculação da resposta correrão por conta do responsável pela propaganda original.

Se a ofensa ocorrer em dia e hora que inviabilizem sua reparação dentro dos prazos estabelecidos neste artigo, a resposta será divulgada nos horários que a Justiça Eleitoral determinar, **ainda que nas 48 (quarenta e oito) horas** anteriores ao pleito, em termos e forma previamente aprovados, de modo a não ensejar tréplica.

Apenas as decisões comunicadas à emissora geradora **até 01 (uma) hora antes da geração ou do início do bloco**, quando se tratar de inserções, poderão interferir no conteúdo a ser transmitido; após esse prazo, as decisões somente poderão ter efeito na geração ou nos blocos seguintes.

Caso a emissora geradora seja comunicada, entre a entrega do material e o horário de geração dos programas, de decisão proibindo trecho da propaganda, deverá aguardar a substituição do meio de armazenamento **até o limite de 01 (uma) hora antes do início do programa**; no caso de o novo material não ser entregue, a emissora veiculará programa anterior, desde que não contenha propaganda já declarada proibida pela Justiça Eleitoral.

Caso o Juiz Eleitoral determine a retirada de material considerado ofensivo de sítio da *Internet*, o respectivo provedor responsável pela hospedagem deverá promover a imediata retirada, sob pena de pagamento de multa e possibilidade de responder por **crime de desobediência**, sem prejuízo de arcar com as medidas coercitivas que forem determinadas, inclusive as de natureza pecuniária decorrentes do descumprimento da decisão.

14.5. PEDIDO DE RESPOSTA FORMULADO POR TERCEIRO.

Os pedidos de direito de resposta formulados por terceiro, em relação ao que foi veiculado no horário eleitoral gratuito, serão examinados pela Justiça Eleitoral e deverão observar os procedimentos previstos na legislação eleitoral, naquilo que couber⁵¹.

50 Eleições 2010. Propaganda Eleitoral. Twitter. Direito de resposta. Sítios de mensagens instantâneas e assemelhados. Possibilidade jurídica. 1. O Twitter se insere no conceito de "sítios de mensagens instantâneas e assemelhados", previsto no art. 57-B da Lei 9.504/97, e é alcançado pela referência a "qualquer veículo de comunicação social" contida no art. 58 da Lei das Eleições. 2. O direito de resposta em razão de mensagem postada no Twitter é cabível. Relevância de o detentor da página ser coordenador de comunicação de campanha eleitoral. 3. Deferido o direito de resposta, o próprio usuário, exercendo o controle de conteúdo que detém sobre a sua página no Twitter, deve postar o texto da resposta. 4. Direito de resposta concedido. (TSE. Rp nº 3618-95.2010. Rel. Min. Henrique Neves. PSESS: 29/10/2010).

51 6. Segundo o rito do art. 96 da Lei das Eleições, a ação somente pode ser proposta por quem é candidato, pelos partidos políticos, pelas coligações ou pelo Ministério Público Eleitoral. Ilegitimidade de terceiros estranhos ao processo eleitoral. 7. Por oportuno, resalto que o TSE tem negado direito de resposta a terceiros (tema análogo ao presente), a fim de assentar que as questões afetas à propaganda eleitoral fiquem adstritas àqueles que estão envolvidos diretamente no processo eleitoral. Nesse sentido: RP 3596-37, redator para o acórdão Min. Marco Aurélio, julgamento em 21.10.2010, e RP 890, Rel. Min. Felix Fischer, julgamento em 12.11.2009. (TSE. R-Rp nº 1444-74.2014. Rel. Min. Herman Benjamin. PSESS: 14/10/2014).

14.6. PEDIDO DE RESPOSTA E RESTITUIÇÃO DO TEMPO.

Quando o provimento do recurso resultar na cassação do direito de resposta já exercido, os Tribunais Eleitorais deverão observar os procedimentos do exercício da resposta para a restituição do tempo.

14.7. PEDIDO DE RESPOSTA E CELERIDADE JUDICIAL.

A inobservância dos prazos previstos para a prolação das decisões sujeitará a autoridade judiciária às penas legais⁵².

14.8. DESCUMPRIMENTO DA DECISÃO QUE RECONHECE DIREITO DE RESPOSTA.

O descumprimento, ainda que parcial, da decisão que reconhecer o direito de resposta sujeitará o infrator ao pagamento de multa no valor de **R\$5.320,50** (cinco mil e trezentos e vinte reais e cinquenta centavos) a **R\$15.961,50** (quinze mil e novecentos e sessenta e um reais e cinquenta centavos), **duplicada** em caso de reiteração de conduta, sem prejuízo da incidência do **crime de desobediência**.⁵³

52 RECLAMAÇÃO. ART. 97 DA LEI Nº 9.504/97. PEDIDO DE DIREITO DE RESPOSTA. TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL. PRAZOS. LEI Nº 9.504/97. DESCUMPRIMENTO. 1. O art. 47 da Res.-TSE nº 23.398 dispõe que é cabível representação em face de órgão da Justiça Eleitoral que descumprir as disposições da referida resolução ou der causa a seu descumprimento, inclusive quanto aos prazos processuais; nesse caso, ouvido o representado em 24 (vinte e quatro) horas, o Tribunal ordenará a observância ao procedimento que explicitar, sob pena de incorrer o juiz em desobediência (Lei nº 9.504/97, art. 97, caput). 2. Ainda que se reconheça a apresentação dos expedientes processuais pela autora, no âmbito de processo em curso na Corte de origem, evidencia-se demasiada extrapolação dos prazos legais definidos na Lei das Eleições, no que tange ao processamento de pedido de direito de resposta. 3. "Encerrado o período eleitoral, restam prejudicados os pedidos de direito de resposta, sem prejuízo de o interessado recorrer às vias próprias para buscar eventual indenização que entenda cabível" (AgR-Respe nº 14820, de minha relatoria, DJE de 1º.7.2013). No mesmo sentido: Recurso Especial nº 694525, rel. Min. Marco Aurélio, DJE de 13.9.2011. Reclamação julgada procedente. (TSE. RCL nº 1597-10.2014. Rel. Min. Henrique Neves. PSESS: 11/11/2014).

53 DIREITO DE RESPOSTA. DESCUMPRIMENTO DA ORDEM JUDICIAL. IMPOSIÇÃO DE ASTREINTES. INCIDÊNCIA DA MULTA PREVISTA NO ART. 21 DA RESOLUÇÃO-TSE Nº 23.398/2013 C/C O ART. 91, PARÁGRAFO ÚNICO, DA RESOLUÇÃO-TSE Nº 23.404/2014. O art. 461, § 4º, do CPC autoriza a incidência de multa por dia de descumprimento da decisão judicial, e os arts. 21 da Resolução-TSE nº 23.398/2013 e 91 da Resolução-TSE nº 23.404/2014 autorizam a incidência de multa na hipótese de descumprimento, ainda que parcial, da decisão que reconhecer o direito de resposta, podendo ser aumentada em até dez vezes, considerando a situação econômica do infrator. (TSE. AgR-Respe nº 911-82.2014. Rel. Min. Luiz Fux. DJE: 16/03/2016).

ORGANIZAÇÃO E COLABORAÇÃO:

Organizador:

André Costa. Advogado. Presidente do Instituto Cearense de Direito Eleitoral - ICEDE. Graduado (UNIFOR) e Pós-Graduado em Direito (UFSC). Em 2015, foi agraciado pelo Tribunal Regional Eleitoral do Ceará com a Medalha do Mérito Eleitoral. Membro do Instituto Brasileiro de Direito Eleitoral – IBRADE. Consultor do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD (2005/2006). Assessor Jurídico e de Relações Institucionais da Presidência da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará desde 2015. Idealizador e coordenador dos Seminários Regionais de Direito Eleitoral *As Novas Regras Eleitorais e as Eleições de 2016*.

Colaboradora:

Jéssica Teles de Almeida. Advogada. Diretora do Instituto Cearense de Direito Eleitoral - ICEDE. Graduada em Direito (UFC). Aluna do Curso de Mestrado Acadêmico da Pós-Graduação em Direito da UFC, na área de concentração de Ordem Jurídica Constitucional (turma de 2016). Pós-Graduada em Direito Público (Faculdade de Direito Damásio de Jesus).



O **Instituto Cearense de Direito Eleitoral - ICEDE**, criado em 25 de maio de 2015, é uma associação civil para fins não econômicos, de direito privado, sem vínculos partidários, com prazo indeterminado de duração, e tem, dentre outras, finalidades:

- estudar, pesquisar e desenvolver atividades para o aperfeiçoamento do direito eleitoral, direito partidário, direito parlamentar e direitos políticos e de seus vários institutos jurídicos;

- promover, realizar e apoiar a realização de eventos científicos e de publicações, por si ou em parceria com entidades afins, sobre direito eleitoral, direito partidário, direito parlamentar, direitos políticos e assuntos correlatos;

- colaborar com o Poder Legislativo na elaboração dos projetos de lei sobre a legislação eleitoral, partidária, parlamentar ou de direitos políticos;

- cooperar com os órgãos da Justiça Eleitoral na realização das eleições e dos plebiscitos;

- contribuir para a concretização e o aperfeiçoamento do Estado Democrático de Direito e o efetivo cumprimento dos princípios constitucionais relacionados ao direito eleitoral, direito partidário, direito parlamentar e direitos políticos;

- defender a aprovação de uma reforma política democrática e republicana que assegure a efetiva e a permanente participação popular e a representatividade de grupos discriminados nas instâncias de poder, inclusive com a implantação de cotas femininas e raciais nos Poderes Legislativos.

Diretoria do ICEDE (2015/2018)

Conselho Executivo:

André Luiz de Souza Costa

Presidente

Filipe Menezes Santana Bezerra

Secretário-Geral

Jéssica Teles de Almeida

Tesoureira

Conselho Fiscal:

José **Nildo Rodrigues** da Cunha Filho

Karlos **Roneely** Rocha **Feitosa**

Naara Aires Pedrosa

Conselho Consultivo:

Adriana Soares **Alcântara**

Francisco **Irapuan** Pinho **Camurça**

Martônio Mont'Alverne Barreto Lima

Wilson da Silva **Vicentino**

**INSTITUTO DE ESTUDOS E PESQUISAS SOBRE O
DESENVOLVIMENTO DO ESTADO DO CEARÁ**
Inesp

Júlia Neide Pinheiro Nogueira

Presidente

Ernandes do Carmo

Coordenador da Gráfica do Inesp

**Cleomárcio Alves (Márcio), Francisco de Moura,
Hadson França e João Alfredo**

Equipe Gráfica

Aurenir Lopes e Tiago Casal

Equipe de Produção Braille

Carol Molfese e Mário Giffoni

Equipe de Diagramação

José Gotardo Filho e Valdemice Costa (Valdo)

Equipe de Design Gráfico

Lúcia Maria Jacó Rocha e Vânia Monteiro Soares Rios

Equipe de Revisão

Site: www.al.ce.gov.br/inesp

E-mail: inesp@al.ce.gov.br

Fone: (85) 3277-3701

Fax: (85) 3277-3707



**Assembleia Legislativa
do Estado do Ceará**

Assembleia Legislativa do Estado do Ceará

Av. Desembargador Moreira 2807,

Dionísio Torres, Fortaleza, Ceará

Site: www.al.ce.gov.br

Fone: (85) 3277-2500