



Assembleia Legislativa
do Estado do Ceará

Manual da Propaganda Eleitoral

(Eleições 2018)

EDIÇÕES
INESP



**Assembleia Legislativa
do Estado do Ceará**

Manual da Propaganda Eleitoral

(Eleições 2018)

Manual da Propaganda Eleitoral

(Eleições 2018)



**Assembleia Legislativa
do Estado do Ceará**
Instituto de Estudos e Pesquisas sobre o
Desenvolvimento do Estado do Ceará

Fortaleza | Ceará
2018

Copyright © 2018 by Inesp

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

Thiago Campelo Nogueira
Coordenador Editorial

Andréa Melo
Assistente Editorial

André Costa, André Filho e Jéssica Teles de Almeida
Revisão

Alfredo Jr.
Projeto Gráfico

José Gotardo Filho
Capa, Adaptação de Projeto Gráfico e Diagramação

André Costa e Jéssica Teles de Almeida
Organização

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

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS ÀS EDIÇÕES INESP.

A presente obra não poderá ser comercializada e sua reprodução, total ou parcial, por quaisquer meios reprográficos ou digitais, deverá ter a autorização prévia do Inesp.

Tiragem: 300 exemplares.

Disponível no site: <https://al.ce.gov.br/index.php/publicacoes-inesp>

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 | <https://al.ce.gov.br/index.php/institucional/inesp> | inesp@al.ce.gov.br

APRESENTAÇÃO

A Assembleia Legislativa do Estado do Ceará e o Instituto Cearense de Direito Eleitoral (ICEDE) disponibilizam, como ocorreu em 2016, aos (às) diferentes participantes do *processo eleitoral* – pré-candidatos(as), partidos políticos, servidores(as) públicos(as), juízes(as), promotores(as) de justiça, advogados(as) e, especialmente, eleitores(as) –, o *Manual da Propaganda Eleitoral – Eleições de 2018*, o qual, de forma direta e objetiva, apresenta a Resolução do Tribunal Superior Eleitoral nº 23.551, de 18/12/2017 (DJe: 14/5/2018), que dispõe sobre a propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito.

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(a) candidato(a) poderá pedir, explicitamente, o voto do(a) eleitor(a), o qual terá a oportunidade de conhecer a trajetória, as ideias e as propostas daquele(a) que pretende conquistar o seu apoio e a sua confiança.

Nas eleições gerais de 2018, tanto os(as) candidatos(as) como os(as) eleitores(as), perceberão os impactos das recentes mudanças legais, entre outras, a permissão de impulsionamento de conteúdo em mídias sociais e em outras plataformas, o controle de gastos nas campanhas feitas pela *Internet*, a proibição do uso de perfis falsos e robôs etc.

A presente publicação e os 4º, 5º e 6º *Seminários Regionais de Direito Eleitoral “As Novas Regras Eleitorais e as Eleições de 2018”* (Centro de Convenções de Sobral, em 21 de junho; Centro de Eventos do Cariri, em 29 de junho; e Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, em 05 de julho), são iniciativas do Poder Legislativo estadual e do ICEDE com o objetivo de contribuir ao aperfeiçoamento e à garantia da efetivação do processo democrático, da soberania popular, do sufrágio universal e do voto por meio da divulgação da legislação e jurisprudências 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)

Advogada Jéssica Teles de Almeida

Diretora do Instituto Cearense de Direito Eleitoral (ICEDE)

SUMÁRIO

1. PROPAGANDA POLÍTICA: CONCEITO E ESPÉCIES	9
2. A PRÉ-CAMPANHA ELEITORAL E A PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA	9
3. PROPAGANDA INTRAPARTIDÁRIA.....	11
4. PROPAGANDA INSTITUCIONAL: PUBLICIDADE INSTITUCIONAL	12
5. PROPAGANDA ELEITORAL EM GERAL	12
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	14
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.....	17
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>	19
7. PROPAGANDA ELEITORAL NA <i>INTERNET</i>	20
7.1 REMOÇÃO DE CONTEÚDO DA <i>INTERNET</i>	25
7.2 REQUISIÇÃO JUDICIAL DE DADOS E REGISTROS ELETRÔNICOS.....	26
8. PROPAGANDA ELEITORAL NA IMPRENSA	26
9. PROGRAMAÇÃO NORMAL E DO NOTICIÁRIO NO RÁDIO E NA TELEVISÃO	27
9.1 DEBATES NO RÁDIO OU NA TELEVISÃO	28
10. PROPAGANDA ELEITORAL GRATUITA NO RÁDIO E NA TELEVISÃO.....	30
10.1 PROPAGANDA DO CANDIDATO <i>SUB JUDICE</i>	42
11. DIA DA ELEIÇÃO: O QUE PODE E O QUE NÃO PODE	43
12. CRIMES ELEITORAIS RELACIONADOS À PROPAGANDA ELEITORAL.....	43
12.1 CRIMES ELEITORAIS NO DIA DA ELEIÇÃO	43
12.2 CRIMES ELEITORAIS EM GERAL	44
13. PODER DE POLÍCIA E CENSURA PRÉVIA.....	45

14. DIREITO DE RESPOSTA	45
14.1 PEDIDO DE DIREITO DE RESPOSTA EM ÓRGÃO DA IMPRENSA ESCRITA.....	46
14.2 PEDIDO DE DIREITO DE RESPOSTA EM PROGRAMAÇÃO NORMAL DAS EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO.....	47
14.3 PEDIDO DE DIREITO DE RESPOSTA NO HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO.....	47
14.4 PEDIDO DE DIREITO DE RESPOSTA FORMULADO POR TERCEIRO	48
14.5 PEDIDO DE DIREITO DE RESPOSTA EM PROPAGANDA ELEITORAL PELA <i>INTERNET</i>	48
14.6 PEDIDO DE DIREITO DE RESPOSTA E RESTITUIÇÃO DO TEMPO.....	49
14.7 PEDIDO DE DIREITO DE RESPOSTA E CELERIDADE JUDICIAL.....	50
14.8 DESCUMPRIMENTO DA DECISÃO QUE RECONHECE DIREITO DE RESPOSTA	50
ORGANIZADORES	52
ICEDE.....	54

1. PROPAGANDA POLÍTICA: CONCEITO E ESPÉCIES

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** gratuita no rádio e na TV tinha previsão na Lei Orgânica dos Partidos Políticos e era denominada de “direito de antena”. Com a promulgação da Lei Federal nº 13.487, de 2017, os partidos políticos perderam espaço nesses meios de comunicação para realizar atos de propaganda, como aqueles destinados a difundir os programas da agremiação, transmitir mensagens aos filiados, divulgar a posição do partido em relação a temas políticos comunitários, etc. Isso não significa, contudo, que os partidos políticos não poderão mais realizar propaganda partidária, mas apenas que não mais contarão com horário e espaço gratuito no rádio e na TV para tanto.

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 autorizada pelos órgãos públicos e realizada com recursos do erário.

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.

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

A pré-campanha eleitoral pode ser realizada até 15 de agosto de 2018

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*. 2ª ed. Belo Horizonte: Fórum, 2018, p. 154-155.

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 serem 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 em redes sociais, *blogs*, sítios eletrônicos pessoais e aplicativos (*apps*);

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;

7 - campanha de arrecadação prévia de recursos na modalidade de financiamento coletivo, permitido a partir do dia **15 de maio de 2018**.

Nas situações enumeradas nos itens 01 a 06, são permitidos o pedido de apoio político (sem pedido expresso de voto^{3,4}), 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.

³ 1. Propaganda extemporânea caracteriza-se apenas na hipótese de pedido explícito de voto, nos termos do art. 36-A da Lei 9.504/97 e de precedentes desta Corte. 2. Extrai-se da moldura fática do aresto do TRE/CE que o agravado, ao conceder entrevista à emissora TV Sinal antes de iniciada a campanha, proclamou que "eu vou ter muita honra de ser prefeito da cidade, se Deus permitir e o povo; a única coisa que eu peço ao povo é o seguinte: ter esta oportunidade de gerir" (fl. 90). (TSE. AgR-REspe nº 10-87.2016. Rel. Min. Jorge Mussi. DJE: 26/03/2018).

⁴ 1. O Tribunal Regional de origem entendeu haver propaganda antecipada em postagem na rede social Facebook que convidava para convenção eleitoral do Partido da agravada, com a utilização dos slogans de campanha à Prefeitura Municipal, quais sejam: #VoltaLuciana e Olinda já escuta os teus sinais, aplicando multa em razão de pretensão desvirtuamento da propaganda intrapartidária. 2. Na linha da recente jurisprudência do TSE, a referência à candidatura e a promoção pessoal dos pré-candidatos, desde que não haja pedido explícito de votos, não configuram propaganda extemporânea, nos termos da nova redação dada ao art. 36-A pela Lei 13.165/2015. Precedente: AgR-REspe 12-06/PE, Rel. Min. ADMAR GONZAGA, DJe de 19.9.2017. 3. Encontra óbice na ausência de prequestionamento da matéria pela Corte Regional a pretensão do agravante de ver enfrentada por este Tribunal a questão relacionada ao uso de ferramentas na internet, tais como hashtags e hiperlinks, com o objetivo de potencializar a divulgação de mensagens de cunho eleitoral. Aplicação da Súmula 72 do TSE. 4. Agravo Regimental a que se nega provimento. (TSE. AgRg-REspe nº 32-57.2016. Rel. Min. Napoleão Nunes Maia Filho. DJE: 21/02/2018).

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 nome⁵, inclusive mediante a fixação de faixas e cartazes em local próximo da convenção⁶, com mensagem aos convencionais⁷, vedado o uso de rádio⁸, de televisão e de *outdoor*⁹.

A violação do disposto acima sujeitará o responsável pela divulgação da propaganda e o beneficiário, quando comprovado o seu prévio conhecimento, à multa no valor de **R\$ 5.000,00 (cinco mil reais)** a **R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais)** ou equivalente ao custo da propaganda, se este for maior.

A propaganda acima referida deverá ser imediatamente retirada após a respectiva convenção. Para eleições de 2018, as convenções serão realizadas entre **20 de julho** e **05 de agosto de 2018**.

⁵ 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).

⁶ 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.)

⁷ 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).

⁸ 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).

⁹ 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).

4. PROPAGANDA INSTITUCIONAL: PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

A partir de **07 de julho de 2018** os agentes públicos¹⁰, com exceção da propaganda de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado, estão proibidos de autorizar¹¹ e veicular¹² publicidade institucional¹³ dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos municipais ou das respectivas entidades da administração indireta¹⁴, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral¹⁵.

5. PROPAGANDA ELEITORAL EM GERAL

A propaganda eleitoral é permitida a partir de 16 de agosto de 2018

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 passionais¹⁶.

¹⁰ A jurisprudência desta Corte é pacífica quanto ao fato de não ser necessário que a mensagem divulgada na publicidade institucional apresente caráter eleitoreiro 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).

¹¹ 2. Na espécie, o Tribunal de origem manteve a condenação do agravante por conduta vedada, nos termos do art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/97, em razão da permanência, nos três meses que antecedem o pleito, de propaganda institucional destinada a informar um evento, apoiado e patrocinado pelo governo municipal, a qual continha a logomarca da gestão do ora agravante, prefeito do Município de Palminópolis/GO, reeleito em 2016. 3. Consoante já decidido por este Tribunal, "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" (REspe nº 1641-77/GO, Rel. Min. Henrique Neves da Silva, DJe de 13.5.2016 - grifei). 4. A divulgação de publicidade institucional em período vedado constitui ilícito de natureza objetiva, independe do conteúdo eleitoreiro e da retirada do material publicitário. Precedentes. (TSE. AgRg-REspe 24-57.2016. Rel. Min. Tarcísio Vieira. DJE: 18/12/2017).

¹² 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).

¹³ 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).

¹⁴ "...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).

¹⁵ 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).

¹⁶ 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

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 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.

Os Juízes Auxiliares da Propaganda serão os competentes para tomarem todas as providências relacionadas à propaganda eleitoral, assim como para julgarem 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

pública, estados mentais, emocionais ou passionais", não pode embaraçar 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).

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*¹⁷.

Nos demais comitês de campanha, que não o central, a divulgação dos dados da candidatura pode ser realizada, desde que seja feita em **adesivo plástico 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**.

¹⁷ 1. A propaganda veiculada no comitê central de campanha possui regramento próprio, previsto no art. 244, inciso I, do Código Eleitoral, regulamentado pelo art. 10 da Resolução TSE n.º 23.457/2015, o qual dispõe que candidatos, os partidos e as coligações poderão fazer inscrever a sua designação, bem como o nome e número do candidato, em formato que não assemelhe ou gere efeito *outdoor*. (TRE-CE. RE 92-04.2016. Rel. Juíza Joriza Pinheiro. DJE: 25/04/2017).

5.4 TRIOS ELÉTRICOS

É vedada a utilização de trios elétricos em campanhas eleitorais, exceto para a sonorização de comícios¹⁸.

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 veículos¹⁹.

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.

¹⁸ 2 - A propaganda irregular consistiu na utilização de carro de som, que configuraria trio elétrico, em carreta realizada no município, o qual só é permitido em local fixo e para a realização de comícios. (TRE-CE. RE 118-12.2012. Rel. Des. Antônio Abelardo Benevides de Moraes. DJE: 28/06/2013).

¹⁹ 4. Nos termos da jurisprudência desta Corte, aplicada às eleições gerais de 2014, "é permitida a colocação de cavaletes, bonecos, cartazes, mesas para distribuição de material de campanha e bandeiras ao longo das vias públicas, desde que sejam móveis e não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos" (AgR-REspe nº 3416-35/PR, de minha relatoria, DJE de 26.10.2015). (TSE. Agr-AI 229-92.2016. Rel. Min. Luciana Lóssio. DJE: 30/11/2016).

Independe 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, carreatas, passeatas 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 poder²⁰.

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 poder²¹.

²⁰ 1. A propaganda política, embora seja manifestação do direito à liberdade de expressão, deve observar os limites impostos pelo ordenamento jurídico a exemplo da regra proibitiva contida no art. 39, § 7º, da Lei 9.504/1997 (É proibida a realização de showmício e de evento assemelhado para promoção de candidatos, bem como a apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício e reunião eleitoral). A infração poderá ensejar a responsabilização por emprego de processo de propaganda vedada ou mesmo abuso de poder (cf. art. 12 da Resolução TSE nº 23.457/2015). (TRE-CE. RE 427-38.2016. Rel. Min. Alcides Saldanha. DJE: 22/06/2017).

²¹ 4. Os fatos imputados à agravante, da forma como descritos no acórdão regional, revelam a distribuição de brindes (rosas, cartões de felicitações pelo Dia das Mães, ímãs de geladeira com logotipo e fotografia da candidata com eleitores individualizados, camisetas com as cores de campanha)

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 ônibus²² e outros equipamentos urbanos²³, é vedada a veiculação de propaganda de qualquer natureza²⁴, inclusive pichação, inscrição a tinta e exposição de placas, estandartes, faixas, cavaletes²⁵, 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 plástico, não exceda a 0,5m² (meio metro quadrado)** e não contrarie a legislação eleitoral²⁶.

em eventos de grande porte, nos quais houve divulgação do logotipo de campanha da candidata, com desvio da finalidade dos encontros para beneficiar a candidatura. (TSE. AgRg-AI 302-51.2012. Rel. Min. Henrique Neves. DJE: 17/04/2017).

²² 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. 1. 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).

²³ 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)

²⁴ 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).

²⁵ O Regional aplicou a multa prevista no § 1º do art. 37 da Lei das Eleições em razão da realização de propaganda eleitoral mediante cavaletes que dificultavam o bom andamento do trânsito e de pessoas. 2. 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).

²⁶ 3. No entanto, entendo que há 2 (duas) fotografias - fl. 11 e 15 - as quais apresentam adesivos justa-

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 adesivo plástico nas janelas residenciais, com dimensão que não exceda a 0,5 m² (meio metro quadrado).

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 que não excedam a 0,5m² (meio metro quadrado), 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:

- que veicule preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação;
- de guerra, de processos violentos para subverter o regime, a ordem política e social;
- 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;

postos com dimensões que visivelmente extrapolam 0,5m² (meio metro quadrado), violando, pois, o disposto no art. 37, § 2º da Lei 9.504/97 (reproduzido no art. 15 da Resolução TSE nº 23.457/2015). (TRE-CE. RE 134-25.2016. Rel. Cássio Pacheco. DJE: 28/07/2017).

- 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)²⁷²⁸.

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 descrita²⁹.

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 conhecimento³⁰.

²⁷ PROPAGANDA. BEM PÚBLICO. PLACA ASSEMBLHADA A OUTDOOR. IRREGULARIDADE. MULTA. REMOÇÃO. NOTIFICAÇÃO. DESNECESSIDADE. 1. Para a configuração de outdoor, não é exigido que a propaganda eleitoral 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).

²⁸ Na linha da jurisprudência do TSE, "ainda que fixada em bem público, a veiculação de propaganda eleitoral por meio de outdoor ou engenho assemblhado acarreta a aplicação do § 8º do art. 39, e não do § 1º do art. 37, de modo que a retirada da publicidade no prazo de 48 horas não impede a aplicação de multa" (AgR-REspe nº 244-46/SP, rel. Min. Dias Toffoli, julgado em 21.3.2013). (TSE. AgRg-AI 7790-13.2014. Rel. Min. Gilmar Mendes. DJE: 15/02/2017).

²⁹ 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).

³⁰ 3. O entendimento adotado pela Corte Regional acerca do prévio conhecimento da propaganda

7. PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET

A partir de 16 de agosto de 2018 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 2018**, ainda que delas conste mensagem de apoio ou crítica a partido político ou a candidato, próprias do debate político e democrático.

Na *Internet* é vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga, excetuado o impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos políticos, coligações e candidatos e seus representantes.

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 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 assemelhados, cujo conteúdo seja gerado ou editado por candidatos, partidos ou coligações ou de iniciativa de qualquer pessoa natural, desde que não contrate impulsionamento de conteúdos.

eleitoral irregular também está em conformidade com a jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral, segundo a qual: "o prévio conhecimento do beneficiário da propaganda eleitoral irregular também pode ser inferido das circunstâncias e das peculiaridades do caso concreto" (REspe 3022-12, rel. Min. Gilmar Mendes, DJe de 29.11.2016). (TSE. AgRg-AI 185-05.2016. Rel. Min. Admar Gonzaga. DJE: 18/04/2018).

Os endereços eletrônicos das aplicações de que trata o disposto acima, salvo aqueles de iniciativa de pessoa natural, deverão ser comunicados à Justiça Eleitoral, podendo ser mantidos durante todo o pleito eleitoral os mesmos endereços eletrônicos em uso antes do início da propaganda eleitoral.

Não é admitida a veiculação de conteúdos de cunho eleitoral mediante cadastro de usuário de aplicação de *Internet* com a intenção de falsear identidade.

É vedada a utilização de impulsionamento de conteúdos e ferramentas digitais não disponibilizadas pelo provedor da aplicação de *Internet*, ainda que gratuitas, para alterar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral, tanto próprio quanto de terceiros.

O provedor de aplicação de *Internet* que possibilite o impulsionamento pago de conteúdos deverá contar com canal de comunicação com seus usuários e somente poderá ser responsabilizado por danos decorrentes do conteúdo impulsionado se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente pela Justiça Eleitoral.

A violação do disposto acima sujeita o usuário responsável pelo conteúdo 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) ou em valor equivalente ao dobro da quantia despendida, se esse cálculo superar o limite máximo da multa.

A manifestação espontânea na *Internet* de pessoas naturais em matéria político-eleitoral, mesmo que sob a forma de elogio ou crítica a candidato ou partido político, não será considerada propaganda eleitoral, devendo observar, no entanto, todos os limites descritos acima.

É vedada a utilização de impulsionamento de conteúdos e ferramentas digitais não disponibilizadas pelo provedor da aplicação de *Internet*, ainda que gratuitas, para alterar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral, tanto próprio quanto de terceiros.

A priorização paga de conteúdos resultantes de aplicações de busca na *Internet* também é uma forma de impulsionamento de conteúdo.

Considera-se:

- *Internet*: o sistema constituído do conjunto de protocolos lógicos, estruturado em escala mundial para uso público e irrestrito, com a finalidade de possibilitar a comunicação de dados entre terminais por meio de diferentes redes;

- terminal: o computador ou qualquer dispositivo que se conecte à *Internet*;

- endereço de protocolo de *Internet* (endereço IP): o código atribuído a um terminal de uma rede para permitir sua identificação, definido segundo parâmetros internacionais;

- administrador de sistema autônomo: a pessoa física ou jurídica que administra blocos de endereço IP específicos e o respectivo sistema autônomo de roteamento,

devidamente cadastrada no ente nacional responsável pelo registro e pela distribuição de endereços IP geograficamente referentes ao País;

- conexão à *Internet*: a habilitação de um terminal para envio e recebimento de pacotes de dados pela *Internet*, mediante a atribuição ou autenticação de um endereço IP;

- registro de conexão: o conjunto de informações referentes à data e hora de início e término de uma conexão à *Internet*, sua duração e o endereço IP utilizado pelo terminal para o envio e recebimento de pacotes de dados;

- aplicações de *Internet*: o conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à *Internet*;

- registros de acesso a aplicações de *Internet*: o conjunto de informações referentes à data e hora de uso de uma determinada aplicação de *Internet* a partir de um determinado endereço IP;

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

- impulsionamento de conteúdo: o mecanismo ou serviço que, mediante contratação com os provedores de aplicação de *Internet*, potencializem o alcance e a divulgação da informação para atingir usuários que, normalmente, não teriam acesso ao seu conteúdo;

- rede social na *Internet*: a estrutura social composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que compartilham valores e objetivos comuns;

- aplicativo de mensagens instantâneas ou chamada de voz: o aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz para smartphones;

- provedor de acesso ou de conexão à *Internet*: a pessoa jurídica fornecedora de serviços que consistem em possibilitar o acesso de seus consumidores à *Internet*;

- provedor de aplicação de *Internet*: a empresa, organização ou pessoa natural que, de forma profissional ou amadora, forneça um conjunto de funcionalidades que

podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à *Internet*, não importando se os objetivos são econômicos;

- provedor de conteúdo na *Internet*: a pessoa natural ou jurídica que disponibiliza na *Internet* as informações criadas ou desenvolvidas pelos provedores de informação (ou autores), utilizando servidores próprios ou os serviços de um provedor de hospedagem para armazená-las.

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

O impulsionamento referido acima deverá ser contratado diretamente com provedor da aplicação de *Internet* com sede e foro no País, ou de sua filial, sucursal, escritório, estabelecimento ou representante legalmente estabelecido no País e apenas com o fim de promover ou beneficiar candidatos ou suas agremiações.

O representante do candidato a que alude o parágrafo acima se restringe à pessoa do administrador financeiro da respectiva campanha.

Todo impulsionamento deverá conter, de forma clara e legível, o número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) ou o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) do responsável, além da expressão "Propaganda Eleitoral".

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).

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 coercitiva³¹.

São vedadas à (1) entidade ou governo estrangeiro, (2) órgão da administração pública direta e indireta ou fundação mantida com recursos provenientes do Poder Público, (3) concessionário ou permissionário de serviço público, (4) entidade de direito privado que receba, na condição de beneficiária, contribuição compulsória em virtude de disposição legal, (5) entidade de utilidade pública, (6) entidade de classe ou sindical, (7) pessoa jurídica sem fins lucrativos que receba recursos do exterior, (8) entidades beneficentes e religiosas, (9) entidades esportivas, (10) organizações

³¹ 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).

não-governamentais que recebam recursos públicos e (11) organizações da sociedade civil de interesse 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.

Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de *Internet* somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, **após ordem judicial específica**, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário.

Por essa razão, o prévio conhecimento do provedor de conteúdo e de serviços multimídia poderá, sem prejuízo dos demais meios de prova, deve ser demonstrado por meio de ordem judicial, conforme premissas estabelecidas no Marco Civil da *Internet*, Lei nº 12.965/2014, e pelas considerações finais da Resolução nº 23.551/2017 do Tribunal Superior Eleitoral.

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**.

É vedada a realização de propaganda via telemarketing, em qualquer horário^{32,33}.

³² Por 8 votos a 1, o STF julgou improcedente, em 03/05/2018, a Ação Direta de Inconstitucionalidade 5.122, mantendo a constitucionalidade da vedação da propaganda eleitoral via telemarketing.

³³ 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,

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, partido político ou coligação, a Justiça Eleitoral poderá determinar, no âmbito e nos limites técnicos de cada aplicação de *Internet*, a suspensão do acesso a todo conteúdo veiculado que deixar de cumprir as disposições legais, devendo o número de horas de suspensão ser definido proporcionalmente à gravidade da infração cometida em cada caso, observado o limite máximo de 24 (vinte e quatro) horas.

A cada reiteração de conduta, será duplicado o período de suspensão, observado o limite máximo de 24 (vinte e quatro) horas.

No período de suspensão, a empresa informará a todos os usuários que tentarem acessar o conteúdo que ele está temporariamente indisponível por desobediência à legislação eleitoral.

7.1 REMOÇÃO DE CONTEÚDO DA INTERNET

A atuação da Justiça Eleitoral em relação a conteúdos divulgados na *Internet* deve ser realizada com a menor interferência possível no debate democrático.

Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, as ordens judiciais de remoção de conteúdo divulgado na *Internet* serão limitadas às hipóteses em que, mediante decisão fundamentada, sejam constatadas violações às regras eleitorais ou ofensas a direitos de pessoas que participam do processo eleitoral.

A ausência de identificação imediata do usuário responsável pela divulgação do conteúdo não constitui circunstância suficiente para o deferimento do pedido de remoção de conteúdo da *Internet* e a propaganda somente será considerada anônima caso não seja possível a identificação dos usuários. Nesse caso, será o provedor notificado judicialmente para fornecer os dados pessoais ou outras informações que possam contribuir para a identificação do usuário.

A ordem judicial que determinar a remoção de conteúdo divulgado na *Internet* fixará prazo razoável para o cumprimento, não inferior a 24 (vinte e quatro) horas, e deverá conter, sob pena de nulidade, a URL do conteúdo específico.

Em circunstâncias excepcionais devidamente justificadas, o prazo de que o parágrafo acima anterior poderá ser reduzido.

O provedor responsável pela aplicação de *Internet* em que hospedado o material deverá promover a sua remoção dentro do prazo razoável assinalado, sob pena de arcar com as sanções aplicáveis à espécie.

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).

Findo o período eleitoral, as ordens judiciais de remoção de conteúdo da *Internet* deixarão de produzir efeitos, cabendo à parte interessada requerer a remoção do conteúdo por meio de ação judicial autônoma perante a Justiça Comum.

As sanções aplicadas em razão da demora ou descumprimento da ordem judicial reverterão aos cofres da União.

7.2 REQUISIÇÃO JUDICIAL DE DADOS E REGISTROS ELETRÔNICOS

O provedor responsável pela guarda somente será obrigado a disponibilizar os registros de acesso a aplicações de *Internet*, de forma autônoma ou associados a dados cadastrais, dados pessoais ou a outras informações disponíveis que possam contribuir para a identificação do usuário, mediante ordem judicial, na forma legal.

O representante poderá, com o propósito de formar conjunto probatório, em caráter incidental ou autônomo, requerer ao juiz eleitoral que ordene ao responsável pela guarda o fornecimento dos dados que violem as regras eleitorais ou promovam ofensas a direitos de pessoas que participam do processo eleitoral. Sem prejuízo dos demais requisitos legais, o requerimento deverá conter, sob pena de inadmissibilidade, os seguintes requisitos para sua concessão:

- fundados indícios da ocorrência do ilícito de natureza eleitoral;
- justificativa motivada da utilidade dos dados solicitados para fins de investigação ou instrução probatória;
- período ao qual se referem os registros.

A ausência de identificação imediata do usuário responsável pela divulgação do conteúdo não constitui circunstância suficiente para o deferimento do pedido de quebra de sigilo de dados.

A ordem judicial que apreciar o pedido deverá conter, sob pena de nulidade, fundamentação específica quanto ao preenchimento de todos os requisitos legais acima elencados.

8. PROPAGANDA ELEITORAL NA IMPRENSA

São permitidas, **desde 16 de agosto de 2018 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 inserção³⁴.

³⁴ 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

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

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 impressa, atendido, nesta hipótese, os limites dispostos 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 2018**, 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 2018, 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;

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).

- veicular propaganda política;
- dar tratamento privilegiado a candidato, partido político ou coligação³⁵;
- 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 políticos³⁶;
- 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.

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 as eleições majoritárias, e de pelo menos **2/3 (dois terços)** dos partidos políticos ou coligações com candidatos aptos, no caso de eleições proporcionais.

São considerados aptos, para os fins do disposto acima, os candidatos filiados a partido político com **representação no Congresso Nacional**, de, no mínimo, **05 (cinco) parlamentares** e que tenham requerido o registro de candidatura na Justiça Eleitoral.

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

³⁵ 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).

³⁶ 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).

Os debates transmitidos na televisão deverão utilizar, entre outros recursos, subtítulo 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 seja garantida por lei.

Emissora de rádio ou de televisão poderá convidar candidato cuja participação seja facultativa, sendo vedada sua exclusão pela deliberação da maioria dos candidatos aptos na forma legal.

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:

- a) em conjunto, estando presentes todos os candidatos a um mesmo cargo eletivo;
- b) em grupos, estando presentes, no mínimo, 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 e coligações a um mesmo cargo eletivo, podendo desdobrar-se em mais de 01 (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.

Na hipótese acima, é assegurada a participação de candidatos dos partidos políticos que possuam, no mínimo, **05 (cinco) parlamentares** no Congresso Nacional, facultada a dos demais.

Considera-se a representação de cada partido político no Congresso Nacional a resultante da eleição, ressalvadas as mudanças de filiação partidária ocorridas até a data da convenção e que, relativamente aos Deputados Federais, 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 72 (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 05 de outubro de 2018** e, no caso de segundo turno, não poderá ultrapassar o horário de **meia-noite do dia 26 de outubro de 2018**.

O descumprimento do disposto nesta seção 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.

A suspensão será aplicável apenas na circunscrição do pleito.

10. PROPAGANDA ELEITORAL GRATUITA NO RÁDIO E NA TELEVISÃO

A propaganda no horário eleitoral gratuito será veiculada nas emissoras de rádio, inclusive nas comunitárias, e de televisão que operam em VHF e UHF, bem como nos canais de TV por assinatura sob a responsabilidade do Senado Federal, da Câmara dos Deputados, das Assembleias Legislativas, da Câmara Legislativa do Distrito Federal ou das Câmaras Municipais.

As emissoras de rádio sob responsabilidade do Senado Federal e da Câmara dos Deputados instaladas em localidades fora do Distrito Federal são dispensadas da veiculação da propaganda eleitoral gratuita na televisão.

A propaganda eleitoral gratuita na televisão deverá utilizar, entre outros recursos, subtítuloção por meio de legenda oculta, janela com intérprete das Libras e áudio-descrição, sob responsabilidade dos partidos políticos e das coligações.

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.

Na hipótese acima, 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.

Nos 35 (trinta e cinco) dias anteriores à antevéspera do primeiro turno, as emissoras de rádio e de televisão devem veicular a propaganda eleitoral gratuita, em rede, da seguinte forma, observado o horário de Brasília:

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

a) das 7h (sete horas) às 7h12m30 (sete horas e doze minutos e trinta segundos) e das 12h (doze horas) às 12h12m30 (doze horas e doze minutos e trinta segundos), no rádio;

b) das 13h (treze horas) às 13h12m30 (treze horas e doze minutos e trinta segundos) e das 20h30 (vinte horas e trinta minutos) às 20h42m30 (vinte horas e quarenta e dois minutos e trinta segundos), na televisão.

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

a) das 7h12m30 (sete horas e doze minutos e trinta segundos) às 7h25 (sete horas e vinte e cinco minutos) e das 12h12m30 (doze horas e doze minutos e trinta segundos) às 12h25 (doze horas e vinte e cinco minutos), no rádio;

b) das 13h12m30 (treze horas e doze minutos e trinta segundos) às 13h25 (treze horas e vinte e cinco minutos) e das 20h42m30 (vinte horas e quarenta e dois minutos e trinta segundos) às 20h55 (vinte horas e cinquenta e cinco minutos), na televisão.

No mesmo período acima, quando a renovação do Senado se der por 1/3 (um terço), a veiculação da propaganda eleitoral gratuita em rede ocorre da seguinte forma, observado o horário de Brasília:

- nas eleições para Senador, às segundas, quartas e sextas-feiras:

a) das 7h (sete horas) às 7h05 (sete horas e cinco minutos) e das 12h (doze horas) às 12h05 (doze horas e cinco minutos), no rádio;

b) das 13h (treze horas) às 13h05 (treze horas e cinco minutos) e das 20h30 (vinte horas e trinta minutos) às 20h35 (vinte horas e trinta e cinco minutos), na televisão.

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

a) das 7h05 (sete horas e cinco minutos) às 7h15 (sete horas e quinze minutos) e das 12h05 (doze horas e cinco minutos) às 12h15 (doze horas e quinze minutos), no rádio;

b) das 13h05 (treze horas e cinco minutos) às 13h15 (treze horas e quinze minutos) e das 20h37 (vinte horas e trinta e sete minutos) às 20h45 (vinte horas e quarenta e cinco minutos), na televisão.

- na eleição para Governador de Estado e do Distrito Federal, às segundas, quartas e sextas-feiras:

a) das 7h15 (sete horas e quinze minutos) às 7h25 (sete horas e vinte e cinco minutos) e das 12h15 (doze horas e quinze minutos) às 12h25 (doze horas e vinte e cinco minutos), no rádio;

b) das 13h15 (treze horas e quinze minutos) às 13h25 (treze horas e vinte e cinco minutos) e das 20h45 (vinte horas e quarenta e cinco minutos) às 20h55 (vinte horas e cinquenta e cinco minutos), na televisão.

No mesmo período acima, quando a renovação do Senado se der por 2/3 (dois terços), a veiculação da propaganda eleitoral gratuita em rede ocorre da seguinte forma, observado o horário de Brasília:

- nas eleições para Senador, às segundas, quartas e sextas-feiras:

a) das 7h (sete horas) às 7h07 (sete horas e sete minutos) e das 12h (doze horas) às 12h07 (doze horas e sete minutos), no rádio;

b) das 13h (treze horas) às 13h07 (treze horas e sete minutos) e das 20h30 (vinte horas e trinta minutos) às 20h37 (vinte horas e trinta e sete minutos), na televisão.

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

a) das 7h07 (sete horas e sete minutos) às 7h16 (sete horas e dezesseis minutos) e das 12h07 (doze horas e sete minutos) às 12h16 (doze horas e dezesseis minutos), no rádio;

b) das 13h07 (treze horas e sete minutos) às 13h16 (treze horas e dezesseis minutos) e das 20h37 (vinte horas e trinta e sete minutos) às 20h46 (vinte horas e quarenta e seis minutos), na televisão.

- na eleição para Governador de Estado e do Distrito Federal, às segundas, quartas e sextas-feiras:

a) das 7h16 (sete horas e dezesseis minutos) às 7h25 (sete horas e vinte e cinco minutos) e das 12h16 (doze horas e dezesseis minutos) às 12h25 (doze horas e vinte e cinco minutos), no rádio;

b) das 13h16 (treze horas e dezesseis minutos) às 13h25 (treze horas e vinte e cinco minutos) e das 20h46 (vinte horas e quarenta e seis minutos) às 20h55 (vinte horas e cinquenta e cinco minutos), na televisão.

No mesmo período reservado à propaganda eleitoral em rede, as emissoras de rádio e de televisão reservarão, ainda, de segunda-feira a domingo, 70 (setenta) minutos diários para a propaganda eleitoral gratuita em inserções de 30 (trinta) e 60 (sessenta) segundos, a critério do respectivo partido político ou coligação, assinadas obrigatoriamente pelo partido político ou coligação, e distribuídas, ao longo da programação veiculada entre as 05 (cinco) e as 24h (vinte e quatro horas), observados os critérios legais de proporcionalidade, obedecido o seguinte:

- o tempo será dividido em partes iguais para a utilização nas campanhas dos candidatos às eleições majoritárias e proporcionais, bem como de suas legendas partidárias ou das que compoñham a coligação, quando for o caso;

- a distribuição levará em conta os seguintes blocos de audiência:

a) entre as 05 (cinco) e as 11h (onze horas);

b) entre as 11 (onze) e às 18h (dezoito horas);

c) entre as 18 (dezoito) e 24h (vinte e quatro horas).

É vedada a veiculação de inserções idênticas no mesmo intervalo de programação, exceto se o número de inserções de que dispuser o partido político exceder os

intervalos disponíveis ou se o material apresentado pelo partido político impossibilitar a veiculação nos termos estabelecidos neste parágrafo, sendo vedada, em qualquer caso, a transmissão em sequência para o mesmo partido político.

A distribuição das inserções dentro da grade de programação deverá ser feita de modo uniforme e com espaçamento equilibrado.

Os partidos políticos e as coligações poderão optar por agrupar as inserções de 30 (trinta) segundos em módulos de 60 (sessenta) segundos dentro de um mesmo bloco, observados os legais.

No período de 15 a 24 de agosto do ano da eleição, a Justiça Eleitoral deve convocar os partidos políticos e a representação das emissoras de rádio e de televisão para elaborar 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.

Na mesma ocasião referida no caput, deve ser efetuado 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.

A Justiça Eleitoral, os partidos políticos e as emissoras poderão utilizar o Sistema de Horário Eleitoral desenvolvido pelo Tribunal Superior Eleitoral para elaborar o plano de mídia a que se refere o disposto acima.

Os órgãos da Justiça Eleitoral distribuirão os horários reservados à propaganda de cada eleição entre os partidos políticos e as coligações que tenham candidato, observados os seguintes critérios, tanto para distribuição em rede quanto para inserções:

- 90% (noventa por cento) distribuídos proporcionalmente ao número de representantes na Câmara dos Deputados, considerando, no caso de coligações para as eleições:

a) majoritárias, o resultado da soma do número de representantes dos seis maiores partidos políticos que a integrem;

b) proporcionais, o resultado da soma do número de representantes de todos os partidos políticos que a integrem.

- 10% (dez por cento) distribuídos igualmente.

Para efeito do disposto acima, serão consideradas as eventuais novas totalizações do resultado das últimas eleições para a Câmara dos Deputados que ocorrerem até o dia **20 de julho de 2018**.

O número de representantes de partido político que tenha resultado de fusão ou a que se tenha incorporado outro corresponde à soma das vagas obtidas pelo partido político de origem na eleição, observado o referido 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 políticos pelos quais foram eleitos para o novo partido político, no momento de sua criação.

A ressalva constante acima não se aplica no caso de o parlamentar que migrou para formação do novo partido político não estar a ele filiado no momento da convenção para escolha dos candidatos, hipótese na qual a representatividade política será computada para o partido político pelo qual o parlamentar foi originariamente eleito.

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

Na distribuição do tempo para o horário eleitoral gratuito em rede, as sobras e os excessos devem ser compensados entre os partidos políticos e as coligações concorrentes, respeitando-se o horário reservado para a propaganda eleitoral gratuita.

Depois de sorteada a ordem de veiculação da propaganda em rede para o primeiro dia, a cada dia que se seguir, o partido político ou coligação que veiculou sua propaganda em último lugar será o primeiro a apresentá-la no dia seguinte, apresentando-se as demais na ordem do sorteio.

Se o candidato à eleição majoritária deixar de concorrer, em qualquer etapa do pleito, e não havendo substituição, será feita nova distribuição do tempo entre os candidatos remanescentes.

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

O candidato cujo pedido de registro esteja sub judice ou que, protocolado no prazo legal, ainda não tenha sido apreciado pela Justiça Eleitoral, poderá participar do horário eleitoral gratuito.

Na hipótese de dissidência partidária, o órgão da Justiça Eleitoral competente para julgar o registro do candidato decidirá qual dos envolvidos poderá participar da distribuição do horário eleitoral gratuito.

Se houver segundo turno, as emissoras de rádio e de televisão reservarão, a partir da sexta-feira seguinte à realização do primeiro turno e até a antevéspera da eleição, horário destinado à divulgação da propaganda eleitoral gratuita em rede, da seguinte forma:

- onde houver eleição para Presidente da República e Governador, diariamente, de segunda-feira a sábado:

a) das 7h (sete horas) às 7h10 (sete horas e dez minutos), e das 12h (doze horas) às 12h10 (doze horas e dez minutos) para Presidente, no rádio;

b) das 7h10 (sete horas e dez minutos) às 7h20 (sete horas e vinte minutos), e das 12h10 (doze horas e dez minutos) às 12h20 (doze horas e vinte minutos) para Governador, no rádio;

c) das 13h (treze horas) às 13h10 (treze horas e dez minutos), e das 20h30 (vinte horas e trinta minutos) às 20h40 (vinte horas e quarenta minutos) para Presidente, na televisão;

d) das 13h10 (treze horas e dez minutos) às 13h20 (treze horas e vinte minutos), e das 20h40 (vinte horas e quarenta minutos) às 20h50 (vinte horas e cinquenta) minutos para Governador, na televisão.

- onde houver eleição apenas para um dos cargos, diariamente, de segunda-feira a sábado:

a) das 7h (sete horas) às 7h10 (sete horas e dez minutos) e das 12h (doze horas) às 12h10 (doze horas e dez minutos), no rádio;

b) das 13h (treze horas) às 13h10 (treze horas e dez minutos) e das 20h30 (vinte horas e trinta minutos) às 20h40 (vinte horas e quarenta minutos), na televisão.

Durante o período previsto acima, onde houver segundo turno, as emissoras de rádio e de televisão e os canais de televisão por assinatura reservarão, por cada cargo em disputa, 25 (vinte e cinco) minutos, de segunda-feira a domingo, para serem usados em inserções de 30 (trinta) e de 60 (sessenta) segundos e levando-se em conta os seguintes blocos de audiência:

a) entre as 05 (cinco) e às 11h (onze horas);

b) entre as 11 (onze) e às 18h (dezoito horas);

c) entre as 18 (dezoito) e às 24h (vinte e quatro horas).

Se houver segundo turno, a Justiça Eleitoral elaborará nova distribuição de horário eleitoral, observado o seguinte:

a) para a grade de exibição das inserções, a veiculação inicia-se pelo candidato mais votado no primeiro turno, com a alternância da ordem a cada programa ou veiculação de inserção;

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

No plano de mídia, será observado o seguinte:

- as emissoras deverão organizar-se e informar à Justiça Eleitoral e aos partidos políticos e coligações quais serão os períodos e as emissoras responsáveis pela geração da propaganda, ou se adotarão a formação de pool de emissoras;

- caso não haja acordo entre as emissoras, o tribunal 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;

- 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.

Nas Unidades da Federação 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 o **dia 30 de agosto do ano da eleição**, 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;
- 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, em formulário constante no modelo fornecido pela Justiça Eleitoral, observados os seguintes requisitos:

- nome do partido político ou da coligação;
- título ou número do filme a ser veiculado;
- duração do filme;
- dias e faixas de veiculação;
- nome e assinatura de pessoa credenciada pelos partidos políticos e pelas coligações para a entrega das mídias com os programas que serão veiculados.

Os partidos políticos e as coligações deverão indicar ao grupo de emissoras ou à emissora responsável pela geração, até o dia **30 de agosto do ano da eleição**, 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 estabelecido na forma estabelecida pela Justiça Eleitoral e deverá ser assinado por representante ou por advogado do partido político 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 **14h (quatorze 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 **14h (quatorze horas)** da sexta-feira imediatamente anterior; e para as transmissões previstas para os feriados, até às **14h (quatorze horas)** do dia útil anterior.

O grupo de emissoras ou a emissora responsável pela geração ficam eximidos de responsabilidade decorrente de transmissão de programa em desacordo com os mapas de mídia apresentados, quando não observado o prazo legal.

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

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 pela Justiça Eleitoral, seus telefones, endereços, inclusive eletrônico, e nomes das pessoas responsáveis pelo recebimento de mapas e de mídias, até o dia 30 de agosto do ano da eleição.

Aplicam-se às emissoras de rádio, exceto no que se referir às eleições para os cargos de Presidente e Vice-Presidente da República.

As emissoras de rádio estão obrigadas a transmitir as inserções da propaganda eleitoral para os cargos de Presidente e Vice-Presidente da República, exclusivamente, com base nos mapas de mídias disponibilizados na página do TSE na *Internet*, observado, no que couber, o disposto acima.

Para o cumprimento da obrigação prevista acima, os partidos políticos e as coligações deverão apresentar os mapas de mídias no TSE, com **40 (quarenta) horas** de antecedência da veiculação da inserção, observando o prazo de apresentação dos mapas no TSE até às **22h (vinte e duas horas)** da quinta-feira imediatamente anterior, para as transmissões previstas para sábados, domingos e segundas-feiras.

Na hipótese de o grupo de emissoras ou emissoras responsáveis pela geração não fornecerem seus telefones, endereços, inclusive eletrônico, e nomes das pessoas responsáveis pelo recebimento de mapas e de mídias, 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 por qualquer outro meio de comunicação disponível pela 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 ou encaminhadas 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 políticos e as coligações poderão acordar outros prazos, sob a supervisão do tribunal eleitoral competente.

As mídias apresentadas deverão ser individuais, delas constando apenas uma peça de propaganda eleitoral, seja ela destinada à propaganda em rede (bloco) ou à 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 partidos políticos ou coligações para veiculação da propaganda.

Em cada mídia, o partido político ou a coligação deverá incluir a claquete, da qual deverão estar registradas as informações a seguir descritas, que servirão para controle interno da emissora, não devendo ser veiculadas ou computadas no tempo reservado para o programa eleitoral:

- nome do partido político ou da coligação;
- título ou número do filme a ser veiculado;
- duração do filme;
- dias e faixas de veiculação;
- nome e assinatura de pessoa credenciada pelos partidos políticos e pelas coligações para a entrega das mídias com os programas que serão veiculados;

As mídias serão entregues fisicamente ou encaminhadas eletronicamente às emissoras, conforme deliberado na reunião para elaboração do plano de mídia, acompanhadas do formulário estabelecido pela Justiça Eleitoral.

As mídias deverão estar identificadas inequivocamente, de modo que seja possível associá-las às informações constantes no formulário de entrega e na claquete gravada.

No momento do recebimento físico 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, e, constatada a perfeição técnica do material, o formulário de entrega será protocolado, devendo permanecer uma via no local e a outra ser devolvida à pessoa autorizada.

Caso as mídias sejam entregues fisicamente, o formulário deverá constar de duas vias, sendo uma para recibo, e, caso enviadas eletronicamente, a emissora deverá confirmar o recebimento pelo mesmo meio eletrônico.

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 duas vias do formulário de entrega ou no meio eletrônico disponível.

Se o partido político ou a coligação desejar substituir uma propaganda por outra anteriormente encaminhada, deverá indicar, com destaque, a substituição da mídia, além de respeitar o prazo de entrega do material.

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

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

Na propaganda em bloco, as emissoras deverão cortar de sua parte final o que ultrapassar o tempo atribuído ao partido político 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 9.504/1997".

Na propaganda em inserções, caso a duração ultrapasse o tempo destinado e estabelecido no plano de mídia, o corte do excesso será realizado na parte final da propaganda.

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.

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

Durante os períodos mencionados no caput, 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 gratuitos³⁷.

- 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 decisão³⁸.

³⁷ 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).

³⁸ Eleições 2010. Propaganda Eleitoral. Rádio. Inserções. A crítica política, ainda que ácida, não deve

- 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 político 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 político 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 constante acima, 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 eleitoral gratuita de cada partido político ou coligação só poderão aparecer, em gravações internas e externas, observado o disposto acima, candidatos, caracteres com propostas, fotos, jingles, clipes com música ou vinhetas, inclusive de passagem, com indicação do número do candidato ou do partido político, bem como de seus apoiadores, que poderão dispor de até 25% (vinte e cinco por cento) do tempo de cada programa ou inserção, sendo vedadas montagens, trucagens, computação gráfica, desenhos animados e efeitos especiais.

No segundo turno das eleições, não será permitida, nos programas acima relacionados, a participação de filiados a partidos políticos 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:

- realizações de governo ou da administração pública;
- falhas administrativas e deficiências verificadas em obras e serviços públicos em geral;
- atos parlamentares e debates legislativos.

ser realizada em linguagem grosseira. Representação julgada procedente. (TSE. Rp nº 3525-35.2010. Rel. Min. Henrique Neves. PSESS: 21/10/2010).

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 político 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".

A identificação de que trata o caput é de responsabilidade dos partidos políticos e das coligações.

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 a erro quanto ao desempenho do candidato em relação aos demais.

As emissoras deverão, até o dia da reunião que deve ocorrer no período de 15 a 24 de agosto do ano da eleição, independentemente de intimação, indicar expressamente aos tribunais eleitorais os seus respectivos endereços, incluindo o eletrônico, ou um número de telefone que disponha de aplicativo de mensagens instantâneas, pelos quais receberão ofícios, intimações ou citações; deverão, ainda, indicar o nome de representante ou de procurador com poderes para representar a empresa e, em seu nome, receber citações pessoais.

Na hipótese de a emissora não atender ao disposto neste acima, 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 encaminhados para qualquer forma de comunicação da emissora que permita constatar o recebimento.

As emissoras que sejam obrigadas por lei a transmitir a propaganda eleitoral não poderão deixar de fazê-lo sob a alegação de desconhecer 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 tribunal eleitoral competente, a requerimento dos partidos políticos, das coligações, dos candidatos ou do Ministério Público, poderá determinar a intimação pessoal dos representantes da emissora para que obedeçam, 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 devidas sanções.

Constatado, na hipótese prevista acima, que houve a divulgação da propaganda eleitoral de apenas um ou de alguns partidos políticos ou coligações, o tribunal eleitoral poderá determinar a exibição da propaganda eleitoral dos partidos políticos ou coligações preteridos 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 tribunal eleitoral determinará as providências necessárias para que o fato não se repita e, se for o caso, determinará nova exibição da propaganda.

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 político, 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 desta resolução.

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 televisão.³⁹

³⁹ 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

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.

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.
- a publicação de novos conteúdos ou o impulsionamento de conteúdos nas aplicações de *Internet*, podendo ser mantidos em funcionamento as aplicações e os conteúdos publicados anteriormente.

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).

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 urbana⁴⁰.

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 macular 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 divulga⁴¹;

- 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;

⁴⁰ 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).

⁴¹ 6. 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 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).

- 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.

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.

14. DIREITO DE RESPOSTA

O direito de resposta “*é o instrumento jurídico pertinente para que os candidatos, partidos políticos e coligações defendam-se de falsas afirmações⁴², sejam elas de forma direta⁴³ ou indireta⁴⁴, que são veiculadas durante a propaganda eleitoral*”⁴⁵.

⁴² 1. 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).

⁴³ 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 “roubalaria”, 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).

⁴⁴ 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).

⁴⁵ AGRA, Walber de Moura. Manual prático de direito eleitoral. 2ª ed. Belo Horizonte: Fórum, 2018, p. 190.

Os pedidos de resposta⁴⁶ podem ser requeridos pelo candidato, partido ou coligação devem dirigir-se ao Juiz Eleitoral encarregado da propaganda eleitoral⁴⁷.

14.1 PEDIDO DE DIREITO DE RESPOSTA EM ÓRGÃO DA IMPRENSA ESCRITA

O pedido de resposta em órgão da imprensa escrita⁴⁸ deverá ser feito no prazo de **03 (três) dias**, a contar da data constante da edição em que foi veiculada a ofensa.

O pedido deverá ser instruído com **01 (uma)** cópia eletrônica da publicação e o texto da resposta.

Deferido o pedido⁴⁹, 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.

⁴⁶ PROPAGANDA ELEITORAL. DIREITO DE RESPOSTA. INSERÇÃO. FATO SABIDAMENTE INVERÍDICO. ART. 58 DA LEI Nº 9.504/97. I - 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).

⁴⁷ 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).

⁴⁸ 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).

⁴⁹ 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).

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 DIREITO 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 02 (dois) dias**, 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 mídia 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**.⁵⁰

14.3 PEDIDO DE DIREITO DE RESPOSTA NO HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO

O pedido de resposta no horário eleitoral gratuito deverá ser feito no **prazo de 01 (um) dia**, contado a partir da veiculação do programa⁵¹.

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 do conteúdo.

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.

⁵⁰ 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).

⁵¹ 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).

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 DIREITO 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 couber⁵².

14.5 PEDIDO DE DIREITO 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 03 (três) dias**, contado da sua retirada.

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

Deferido o pedido, o usuário ofensor deverá divulgar a resposta do ofendido em até **48 (quarenta e oito) horas** após sua entrega em mídia física, empregando nessa

⁵² 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, ressalto 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 Benjamim. PSESS: 14/10/2014).

divulgação o mesmo impulsionamento de conteúdo eventualmente contratado e o mesmo veículo, espaço, local, horário, página eletrônica, tamanho, caracteres e outros elementos de realce usados na ofensa.

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 ofensiva⁵³.

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 relator 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.

14.6 PEDIDO DE DIREITO 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.

⁵³ 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).

14.7 PEDIDO DE DIREITO DE RESPOSTA E CELERIDADE JUDICIAL

A inobservância dos prazos previstos para a prolação das decisões sujeitará a autoridade judiciária às penas legais⁵⁴.

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**.⁵⁵

⁵⁴ 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: 111/11/2014).

⁵⁵ 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).

ORGANIZADORES

André Costa. Advogado. Presidente do Instituto Cearense de Direito Eleitoral (ICE-DE). Graduado (UNIFOR) e Pós-Graduado em Direito (UFSC). Em 2015, foi agraciado pelo Tribunal Regional Eleitoral do Estado do Ceará com a Medalha do Mérito Eleitoral. Foi Consultor do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD (2005/2006). É Assessor Jurídico e de Relações Institucionais da Presidência da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará (2015-). É o idealizador e o coordenador geral dos Seminários Regionais de Direito Eleitoral (2016 e 2018).

E-mail: andrecoستا.adv@gmail.com

Instagram: @andrecoستاadvogado

Jéssica Teles de Almeida. Advogada, consultora jurídica e professora de cursos de graduação e de pós-graduação em Direito. Diretora do Instituto Cearense de Direito Eleitoral - ICEDE. Graduada em Direito (UFC). Especialista em Direito Público com Ênfase em Gestão Pública (Faculdade de Direito Damásio de Jesus). Mestra em Direito pelo Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal do Ceará (UFC). Coautora dos livros “Direito e política: temas polêmicos à luz da conjuntura político-institucional brasileira de 2016” (CRV, 2017), “Democracia e crise: estudos de direito constitucional e filosofia política (Cia. do Ebook, 2017) e “Democracia e Jurisdição Constitucional: estudos de interpretação da Constituição” (Lumen Juris, 2016).

E-mail: jessicatelesdealmeida@gmail.com

Instagram: @jessicatelesdealmeida



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 e direitos políticos e assuntos correlatos;
- colaborar com o Poder Legislativo na elaboração dos projetos de lei sobre a legislação eleitoral, partidária ou de direitos políticos e com os órgãos da Justiça Eleitoral na realização das eleições e plebiscitos e nos temas que envolvem os direitos políticos em qualquer dos seus aspectos;
- zelar para o efetivo cumprimento dos princípios constitucionais relacionados com o direito eleitoral, o direito partidário, o direito parlamentar e os direitos políticos para efetiva realização e aperfeiçoamento do Estado Democrático de Direito;
- defender a aprovação de uma reforma política democrática e republicana que assegure a participação popular e a representatividade de grupos discriminados nas instâncias de poder, inclusive com a implantação de cotas femininas e raciais nos Poderes Legislativos.

Desde sua criação, o ICEDE vem estabelecendo parcerias com órgãos públicos e entidades privadas, o que resultou na realização dos "I, II, e III Seminários Regionais de Direito Eleitoral" em 2016, na promoção dos "4º, 5º e 6º Seminários Regionais de Direito Eleitoral" em 2018, e na publicação de manuais eleitorais com distribuição gratuita às pessoas interessadas nas eleições municipais de 2016 e nas eleições gerais de 2018.

O ICEDE também participou ativamente do I Congresso Cearense de Direito Eleitoral – CONCEDE, realizado em Fortaleza, de 31 de agosto a 02 de setembro de 2017, ocasião em que lançou a primeira edição do *Informativo do ICEDE*.

De fato, o ICEDE vem democratizando o acesso ao conhecimento sobre direito eleitoral através da realização de eventos gratuitos para toda e qualquer pessoa interessada nessa área e, ao mesmo tempo, os seus membros tem participado de diversos eventos regionais e nacionais, contribuindo com o aperfeiçoamento do estudo e da pesquisa em direito eleitoral e nas áreas afins.

O ICEDE pretende consolidar a realização bienal dos "Seminários Regionais de Direito Eleitoral" no calendário cearense de eventos jurídicos, mas também iniciará, após as eleições de 2018, o projeto "Diálogos Eleitorais", cujo objetivo é promover debates e conversas sobre direito eleitoral e áreas afins, a cada dois meses, em parcerias com a OAB, a CAACE, a ESA, Poderes Legislativos e instituições de ensino superior que tenham cursos de graduação e de pós-graduação.

Para isso, o ICEDE conta com a sua participação!

Instagram: @icede.ce

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

Inesp

Thiago Campelo 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,
CEP: 60.170-900, Dionísio Torres, Fortaleza, Ceará

Site: www.al.ce.gov.br

Fone: (85) 3277-2500

**Mesa Diretora
2017-2018**

Deputado José Albuquerque
Presidente

Deputado Tin Gomes
1º Vice-Presidente

Deputado Manoel Duca
2º Vice-Presidente

Deputado Audic Mota
1º Secretário

Deputado João Jaime
2º Secretário

Deputado Júlio César Filho
3º Secretário

Deputada Augusta Brito
4ª Secretária



**Assembleia Legislativa
do Estado do Ceará**

Parceria:

