



PROPAGANDA ELEITORAL e PODER DE POLÍCIA



Tribunal Regional Eleitoral
do Ceará

JULHO/2020

APRESENTAÇÃO

A polarização política herdada do último pleito e até hoje pulsante, potencializada pela tensão provocada pela pandemia do novo coronavírus, antecipa um cenário eleitoral repleto de desafios.

Particularmente, o fenômeno da proliferação massiva de fake news, que marcou a propaganda eleitoral em 2018, vitimando não só candidatos e partidos políticos, mas a própria Justiça Eleitoral, parece não ter se dissipado até os dias de hoje.

Com a indefinição sobre o fim da pandemia e, conseqüentemente, das medidas de distanciamento social, a tendência é de uma priorização da propaganda eleitoral na internet ainda maior que a observada nas eleições passadas, revelando uma conjuntura que exigirá um alto nível de preparação dos operadores da Justiça Eleitoral.

Com o escopo de contribuir para essa capacitação, a Corregedoria Regional Eleitoral do Ceará elaborou o presente curso, que visa abordar as questões mais relevantes em matéria de propaganda eleitoral e poder de polícia, constituindo mais uma ferramenta de orientação à disposição dos servidores e magistrados deste Tribunal.

O conteúdo programático do curso, que inclui as referências normativas e as lições doutrinárias e jurisprudenciais acerca do tema, foi dividido em 7 (sete) módulos, organizados de forma a facilitar a pesquisa pelo aluno, que poderá recorrer ao material didático quando da ocorrência de situações práticas que exijam conhecimentos específicos sobre propaganda eleitoral e poder de polícia.

Ainda sobre a estrutura do curso, para tornar o conteúdo mais objetivo, optamos por inserir uma quantidade reduzida de passagens jurisprudenciais no interior dos módulos. Em contrapartida, o aluno poderá encontrar vasta colação jurisprudencial no Manual de Propaganda Eleitoral e Poder de Polícia, disponibilizado por meio de link de acesso nesta plataforma de ensino.

Outrossim, como novidade para este ano e com vistas a enriquecer ainda mais esta experiência de aprendizagem, incluímos, em alguns pontos do material, vídeos gentilmente produzidos pelo assessor-chefe da Presidência do TRE-CE, Caio Silva Guimarães, integrante da Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político - ABRADep.

Recomendamos, no azo, a leitura da legislação eleitoral aplicável à matéria, em especial, da Resolução TSE nº 23.610/19, que disciplina a propaganda eleitoral nas Eleições 2020, e do Provimento CRE-CE que dispõe sobre as rotinas relativas ao exercício do poder de polícia no referido pleito, bem como do Manual de Propaganda Eleitoral e Poder de Polícia, citado acima.

Por derradeiro, colocamo-nos à disposição para elucidar eventuais dúvidas, surgidas da leitura do material didático ou da execução das atividades concernentes ao processo eleitoral, e desejamos a todos uma eleição tranquila e exitosa.

FICHA TÉCNICA

Curso

Propaganda Eleitoral e Poder de Polícia 2020

Modalidade

A distância.

Objetivo

Capacitar os servidores para atuar na fiscalização da propaganda eleitoral nas Eleições 2020.

Período

O curso será realizado no período de 20/7/2020 a 3/8/2020.

Público-alvo e vagas

2 (dois) servidores por zona eleitoral, além dos servidores designados para compor a Comissão de Fiscalização da Propaganda Eleitoral em Fortaleza. Com a finalidade de oportunizar aprendizado aos demais servidores não inscritos no curso, após o seu encerramento, o mesmo ficará aberto a visitantes.

Turmas

O curso será disponibilizado em apenas 1 (uma) turma.

Carga horária

15 (quinze) horas/aula (aulas, exercícios de fixação e leitura).

Pré-requisitos

Não há pré-requisitos.

Conteúdo programático

O conteúdo está dividido conforme os módulos abaixo:

Módulo I – Considerações iniciais

Módulo II – Propaganda antecipada
Módulo III – Propaganda Eleitoral em geral
Módulo IV – Propaganda Eleitoral na internet
Módulo V – Propaganda Eleitoral e meios tradicionais de comunicação social
Módulo VI – Propaganda Eleitoral gratuita no rádio e na televisão
Módulo VII – Controle da propaganda

Recomendamos a execução das tarefas sugeridas ao longo das aulas. Elas são importantes para uma melhor fixação do aprendizado.

Recursos técnicos necessários

- O recurso "pop-up" do navegador deve estar desbloqueado;
- Possuir plugin do flash 11 ou versão superior;
- Possuir programa visualizador de arquivos PDF;
- Recomendável uso de fone de ouvido.

Interação/Comunicação

As dúvidas de conteúdo poderão ser encaminhadas por meio do "Fale com a CRE".

Avaliação de aprendizagem/exercício de fixação

Ao final de cada tópico, será disponibilizado um exercício de fixação acerca da temática abordada, para revisão do conteúdo apresentado. O presente curso não aplicará avaliação de aprendizagem formal por meio de prova por se tratar de curso autoinstrucional.

Todo o conteúdo ficará disponível para impressão na página inicial do curso, na versão em pdf.

Avaliação do curso

Ao final do treinamento, o aluno fará uma avaliação do curso.

Critérios de certificação

Será emitido o certificado de participação para todos os alunos que realizarem os exercícios de fixação disponíveis ao final de cada módulo, bem como a Avaliação do curso, que será disponibilizada no tópico Encerramento.

A emissão do certificado será feita no ambiente EAD, pelo próprio aluno, em período posterior à data final do curso, a ser informado por e-mail.

Recomendações ao aluno

- Seguir a sequência em que os conteúdos são apresentados;
- Acessar o curso diariamente, dedicando até 1 (uma) hora, conforme o ritmo de cada aluno;
- Ler o material de apoio;
- Realizar as atividades de fixação de aprendizagem propostas durante o curso;
- Entrar em contato com os conteudistas, em caso de dúvida, por meio da ferramenta “Fale com a CRE”.

Tutorias

Tutoria de conteúdo:

O treinamento à distância será autoinstrucional. Desta forma, não haverá o acompanhamento de tutores de conteúdo.

Tutores técnicos e de acompanhamento:

Servidores da EAD/COEDE/SGP

Conteúdo do curso (TRE-CE)

Conteudistas - equipe SCR:

Caio Aprígio Moreira Silveira - servidor SCR
Danielle Ribeiro Furtado Barbosa Mendes- servidora SCR
Jehovah Alves Damasceno Netto- servidor SCR

Revisão - equipe SCR:

Danielle Ribeiro Furtado Barbosa Mendes - servidora SCR
Maria Cecília de Sá Arruda - Secretária da CRE-CE
Produção de vídeos:

Caio Silva Guimarães - Assessor-Chefe da Presidência do TRE-CE

Projetistas Instrucionais - equipe EAD/COEDE/SGP:

Carolina Lasmar de Lima - servidora EAD/COEDE/SGP

José Henrique Aragão - servidor EAD/COEDE/SGP

Mônica Castelo Branco - servidora EAD/COEDE/SGP

Projetistas Gráficos - equipe EAD/COEDE:

Carolina Lasmar de Lima – servidora EAD/COEDE/SGP

José Henrique Aragão – servidor EAD/COEDE/SGP

Elaboração/versão

Elaborado pelo TRE-CE / versão julho/2020.

Contatos

Tutoria de conteúdo (dúvidas sobre o conteúdo do curso): ferramenta “Fale com a CRE”.

Tutoria técnica e de acompanhamento (problemas de ordem técnica, de acesso de ordem administrativa e orientações gerais): ead@tre-ce.jus.br, ramal 3797.

MÓDULO I - CONSIDERAÇÕES INICIAIS

1. Conceitos básicos

Antes de estudarmos as normas sobre a propaganda eleitoral propriamente dita, vejamos alguns conceitos básicos acerca da matéria.

PROPAGANDA POLÍTICA

Propaganda política é a propaganda dirigida à sociedade, em sua parcela detentora de direitos políticos, com finalidades públicas diversas.

Na lição do renomado jurista José Jairo Gomes,



a propaganda política caracteriza-se por veicular concepções ideológicas com vistas à obtenção ou manutenção do poder estatal. Sublinha Djalma Pinto (2005, p.214) que ela é voltada para a *polis*, aí compreendido tudo o que se refere à cidade, ao Estado, ao modo de governá-lo. Tem em vista a conquista do poder, a prevalência de uma posição em plebiscito, referendo ou eleições para preenchimento de cargos eletivos, em que há a manutenção ou substituição e integrantes do governo. Também tem por objetivo informar o povo das atividades e realizações da Administração estatal (GOMES, José Jairo. Direito Eleitoral. 14^a ed. São Paulo: Atlas, 2018, p.522).

Já segundo o doutrinador Roberto Moreira de Almeida,



a propaganda política consiste na utilização de técnicas ou meios de marketing por pessoas jurídicas (partidos políticos) ou pessoas naturais para divulgação de certas ideias com o afã de obter a indicação do candidato nas convenções partidárias, divulgar o ideário partidário ou angariar o voto do eleitor (ALMEIDA, Roberto Moreira de. Curso de Direito Eleitoral. 12^a ed. rev. ampliada e atual. Salvador: JusPODIUM, 2018, p.407).

No âmbito dos tribunais eleitorais, o Tribunal Superior Eleitoral, em sua página na internet, define propaganda política como toda forma de realização de meios publicitários com o objetivo de conquistar simpatizantes ao conjunto de ideias de um partido e garantir votos.

ESPÉCIES


São espécies de propaganda política:

Propaganda partidária - Propaganda realizada pelos partidos políticos com o objetivo de divulgar programas, metas, ideologias e posições político-partidárias e, nesse processo, conquistar adeptos e simpatizantes. Recordamos, nesse passo, que a propaganda partidária no rádio e na televisão passou a ser proibida com a reforma operada na legislação eleitoral pela Lei nº 13.487/17, remanescendo, porém, o direito do partido político à realização de propaganda partidária por outros meios de veiculação de propaganda, como, por exemplo, pela internet.

Propaganda intrapartidária – Propaganda realizada no âmbito interno da agremiação partidária, dirigida aos filiados que participarão da convenção para a escolha dos candidatos. É permitida nos quinze dias anteriores à realização das convenções, as quais, este ano, em razão da pandemia de COVID-19, poderão ocorrer a partir de 31 de agosto, conforme o disposto na EC nº 107/2020.

Propaganda eleitoral – É a que busca divulgar as propostas dos candidatos, partidos políticos e coligações com o objetivo de conquistar o voto do eleitor.

Confirmamos, aqui também, a definição proposta por José Jairo Gomes:



Denomina-se propaganda eleitoral a elaborada por partidos políticos e candidatos com a finalidade de captar votos do eleitorado para investidura em cargo político-eletivo. Caracteriza-se por levar ao conhecimento público, ainda que de maneira disfarçada ou dissimulada,

Na perspectiva pretoriana, para o TSE, propaganda eleitoral é aquela “em que os candidatos e partidos políticos expõem as metas e os projetos de trabalho com a intenção de conseguir a simpatia e o voto dos eleitores”.

No que se refere aos limites temporais, a Lei nº 9.504/97 estabelece, em seu art.36, que poderá ser realizada a partir do dia 16 de agosto do ano eleitoral. Não obstante, no caso das Eleições 2020, o início da propaganda eleitoral foi adiado para 27 de setembro, nos termos da EC nº 107/2020.

É importante destacar que, consoante esclarecem os arts.16-A e 16-B da Lei das Eleições, o candidato cujo pedido de registro esteja sub judice ou que, protocolado no prazo legal, ainda não tenha sido apreciado pela Justiça Eleitoral poderá efetuar todos os atos relativos à sua campanha eleitoral, inclusive utilizar o horário eleitoral gratuito no rádio e na TV. A Resolução TSE nº 23.610/19 condensou as normas contidas nos dispositivos supracitados no caput de seu art. 25, que traz, ainda, um parágrafo único

sobre o momento da cessação da condição sub judice, sem correspondência exata na Lei nº 9.504/97:



Art. 25. O candidato cujo pedido de registro esteja sub judice ou que, protocolado no prazo legal, ainda não tenha sido apreciado pela Justiça Eleitoral poderá efetuar todos os atos relativos à sua campanha eleitoral, inclusive utilizar o horário eleitoral gratuito, para sua

A Resolução TSE nº 23.609/2019, que dispõe sobre a escolha e o registro de candidatos para as eleições, trata da cessação da condição sub judice em seu art.51, § 1º.

2. Princípios norteadores da propaganda eleitoral

Fixados os conceitos básicos atinentes à propaganda eleitoral, passemos ao estudo dos princípios que a regem.

2.1. Princípio da legalidade

O exercício da propaganda eleitoral deve observar os limites estabelecidos na legislação em vigor, cujos conteúdos podem ser encontrados no Código Eleitoral, na Lei das Eleições e nas normas editadas pela Justiça Eleitoral.

2.2. Princípio da liberdade

É livre toda a manifestação do pensamento na propaganda política, desde que não contrarie as restrições impostas em lei.

Decorre deste princípio, por exemplo, a norma contida no art. 39, caput, da Lei nº 9.504/97, que dispõe que a realização de qualquer ato de propaganda partidária ou eleitoral, em recinto aberto ou fechado, não depende de licença da polícia, devendo, no entanto, o candidato, o partido político ou a coligação comunicar a promoção do ato 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 (art. 39, §1º, da Lei nº 9.504/97).

2.3. Princípio da responsabilidade

Eventuais ilicitudes, abusos e excessos praticados no exercício da propaganda sujeitam os responsáveis às sanções civis, penais e administrativas.

2.4. Princípio da isonomia

Aos atores do processo eleitoral, deve ser assegurada igualdade de tratamento.

Apresenta-se, como exemplo de aplicação deste princípio, a forma de distribuição do tempo de propaganda no rádio e na televisão, que leva em consideração a proporcionalidade de representação.

2.5. Princípio da veracidade

Visa garantir que todo conteúdo veiculado em sede de propaganda eleitoral seja verdadeiro, proibindo-se a divulgação de fatos inverídicos ou distorcidos.

Constitui manifestação normativa deste princípio o art. 9º da Resolução TSE nº 23.610/19, que cuida da desinformação na propaganda eleitoral.

Destacamos, no azo, que tal princípio adquiriu ainda mais relevância no cenário de disseminação massiva de fake news, que emergiu no curso do processo eleitoral de 2018.

2.6. Princípio do controle judicial

Cabe à Justiça Eleitoral exercer a fiscalização da propaganda eleitoral em sede de poder de polícia, bem como processar e julgar as ações que lhe são submetidas versando sobre eventuais irregularidades atinentes à propaganda.

2.7. Princípio da disponibilidade


Embora autorizada por lei, a propaganda eleitoral é um direito de que dispõem os partidos políticos, as coligações e os candidatos, que podem, inclusive, optar por não exercer tal direito ou, em seu exercício, decidir não lançar mão de todos os meios permitidos por lei na campanha eleitoral.

Agora que já revisamos os conceitos básicos e os princípios regentes da propaganda eleitoral, passemos ao estudo da propaganda antecipada e seus alicerces normativos.

MÓDULO II – PROPAGANDA ANTECIPADA

Não obstante, embora a proibição à propaganda antecipada ainda persista, o tema sofreu, ao longo dos últimos anos, profundas e relevantes alterações, que acabaram culminando num novo regime legal da matéria, radicalmente distinto daquele que vigorava até o pleito de 2016.

A guinada legislativa deu-se mediante o reconhecimento legal da figura do pré-candidato e o enxugamento do conceito de propaganda antecipada, de cuja abrangência foi extraída toda mensagem que não contenha pedido explícito de voto, admitindo-se ainda, expressamente, um extenso rol de condutas (antes proibidas ou recorrentemente judicializadas, embora não vedadas por lei) reunidas no art. 36-A da Lei nº 9.504/97. É o que leciona o doutrinador Olivar Coneglian:



Introduzido na Lei 9.504/1997 pela Lei 12.034/2009, o art. 36-A, já com redação proposta pela Lei 13.165, de 29.09.2015, modificou completamente o panorama, pois de um lado reconheceu expressamente aquilo que já existia no mundo real, o pré-candidato, e por outro, estabeleceu algumas possibilidades para a convivência das pré-candidaturas com a mídia e com o clima anterior ao período eleitoral.

(...)

Embora tardiamente, os congressistas acordaram para o problema e colocaram na Lei das Eleições, por meio das Leis 12.034/2009, 12.891/2013, 13.165/2015 e 13.488/2017, o art. 36-A, que trouxe, felizmente, uma grande flexibilização para o conceito de “propaganda eleitoral antecipada”, ou melhor, uma rigidez nesse conceito, que faz considerar “propaganda eleitoral antecipada” apenas aquela mensagem que contenha pedido explícito de voto. (CONEGLIAN, Olivar. **Propaganda Eleitoral**. 13ª ed. Curitiba: Juruá Editora, 2018, p. 81 e 254).

O mesmo autor ressalta que a disciplina legal anterior, com um conceito inchado de propaganda eleitoral antecipada e alienada da realidade política, levava o pré-candidato a adotar uma postura falsa, promovendo um disfarce de campanha, e favorecia o abuso do poder econômico. Vejamos:



É certo que existe um tempo legal para se fazer propaganda, mas também é certo que o político precisa se expor, deve se mostrar aos eleitores para se tornar conhecido. Proibir isso é como proibir o político de existir. Não se concebe que o político fique em casa, quietinho, até a convenção, onde se lança como candidato, é aprovado, e volta para casa para esperar o 16 de agosto.

Se só fosse possível ao político mostrar-se apenas no período de campanha eleitoral (entre o meio de agosto e início de outubro), então ficaria consagrado o abuso do poder econômico, pois somente aqueles que dispusessem de muitos recursos financeiros poderiam se atrever a sair do anonimato para as urnas em tão pouco tempo.

(...)

Somente a poder de muito recurso financeiro um candidato poderia sair do anonimato e se fazer conhecido no curto período de campanha. E o que se via no cenário brasileiro antes do período certo era um disfarce de campanha.

O futuro candidato sabia que seria candidato, lutava para ser candidato, todo mundo sabia que ele seria candidato, mas ele tinha que ter uma postura falsa, como se a condição de futuro candidato fosse pecado (e era). (CONEGLIAN, Olivar. **Propaganda Eleitoral**. 13ª ed. Curitiba: Juruá Editora, 2018, p. 253; 255-256).

O doutrinador Lídio Modesto da Silva Filho também destaca a importância da admissão da pré-campanha sob a perspectiva financeira:



Com o fim do financiamento das campanhas por empresas e restrição de doação de pessoas físicas a um percentual do valor declarado em imposto de renda no ano anterior, houve uma diminuição de gastos, de modo que o período de pré-campanha tornou-se relevante aos candidatos e partidos. (SILVA FILHO, Lídio Modesto da. **Propaganda Eleitoral**. 22ª ed. Curitiba: Juruá Editora, 2018, p. 56).

Por seu turno, o doutrinador Alexandre Freire Pimentel adverte que o art. 36-A não pode ser interpretado literalmente, uma vez que os atos de pré-campanha enumerados em seus incisos constituem de fato propaganda eleitoral antecipada, só não ilícita. Confirmamos:

Essa é a questão: se os atos permitidos pelo art. 36-A, da Lei nº 9.504/1997, não detiverem conteúdo eleitoral, não se pode falar, ao menos propriamente, de pré-campanha eleitoral; e não faria o mínimo sentido que uma Lei Eleitoral tivesse admitido a difusão de conteúdos relativos à “pretensa candidatura” que não contivesse conteúdo eleitoral. É indubitoso



que os conteúdos elogiosos referentes às qualidades pessoais de pré-candidatos e à sua pretensa candidatura, permitidos em período de pré-campanha, são sim, ao contrário do que tenciona a literalidade do art. 36-A, propaganda eleitoral antecipada, mas permitida, propaganda lícita, que foge à regra obstativa do *caput* do art. 36 da mesma Lei. (PIMENTEL, Alexandre Freire. **Propaganda Eleitoral**: poder de polícia e tutela provisória nas eleições. Belo Horizonte: Fórum Conhecimento Jurídico, 2019, p.71).

Inserindo, assim, a pré-candidatura na esfera da licitude, o art. 36-A tratou de traçar os limites de atuação dos pretensos candidatos, por meio da definição do âmbito de incidência da vedação à propaganda antecipada, estabelecendo as condutas que se encontram fora desse campo.

Dessa forma, dispõe que 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:

a) 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;

b) 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, planos de governo ou das alianças partidárias visando às eleições, podendo tais atividades serem divulgadas pelos instrumentos de comunicação intrapartidária;

c) 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.



O art.36, §1º, da Lei nº 9.504/97 permite, ao postulante, a candidatura a cargo eletivo, a realização, durante as prévias e na quinzena anterior à escolha em convenção, de propaganda intrapartidária com vista à indicação de seu nome, vedado o uso de rádio, de televisão e de outdoor. Ainda sobre as prévias, o §1º do art. 36-A proíbe a transmissão ao vivo do evento por emissoras de rádio e televisão, permitindo apenas a cobertura dos meios de comunicação social.

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

e) a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais.



A Resolução TSE nº 23.610/19 estendeu tal permissão legal em seu art.3º, inciso V, admitindo a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas também em blogs, sítios eletrônicos pessoais e aplicativos (*apps*). Mais à frente, no art. 27, §2º, o mesmo normativo reforça a permissão à livre manifestação do pensamento do eleitor no período da pré-campanha.

f) 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;

g) a realização de campanha de arrecadação prévia de recursos na modalidade prevista no inciso IV do § 4º do art. 23.



A permissão para a arrecadação prévia de recursos de campanha foi incluída no art.36-A pela Lei nº 13.488/17, que também estabeleceu o marco inicial da autorização, inserindo-o no art.22-A, §3º, da Lei das Eleições, in verbis: “desde o dia 15 de maio do ano eleitoral, é facultada aos pré-candidatos a arrecadação prévia de recursos na modalidade prevista no inciso IV do §4º do art. 23 desta Lei, mas a liberação de recursos por parte das entidades arrecadadoras fica condicionada ao registro de candidatura, e a realização de despesas de campanha deverá observar o calendário eleitoral”.

O citado diploma legal ampliou, ainda, o elenco dos meios legais de arrecadação de recursos, acrescentando, ao §4º do art.23 da Lei n. 9.504/1997, mais duas hipóteses, conformadas nos incisos IV e V: Art. 23. Pessoas físicas poderão fazer doações em dinheiro ou estimáveis em dinheiro para campanhas eleitorais, obedecido o disposto nesta Lei. § 4º As doações de recursos financeiros somente poderão ser efetuadas na conta mencionada no art. 22 desta Lei por meio de:

(...)

IV – instituições que promovam técnicas e serviços de financiamento coletivo por meio de sítios na internet, aplicativos eletrônicos e outros recursos similares, que deverão atender aos seguintes requisitos:

(...)

V – comercialização de bens e/ou serviços, ou promoção de eventos de arrecadação realizados diretamente pelo candidato ou pelo partido político.

O art.3º, §4º, da Resolução TSE nº 23.610/19, além de repetir o marco temporal de 15 de maio para início da campanha de arrecadação, exige ainda observância à vedação a pedido de voto e às regras atinentes à propaganda eleitoral na internet, nos termos da Consulta TSE nº 0600233-12.2018.

Ressaltamos, contudo, que, em todos os casos acima, para que a propaganda não seja considerada antecipada, revela-se imprescindível a ausência de pedido explícito de voto pelo pretendo candidato, conforme consignado no caput do art.36-A da Lei das Eleições. Na sequência do texto legal, o art. 36-A avança um pouco mais no abrandamento do conceito de propaganda antecipada, estabelecendo, em seu §2º, que, nas hipóteses dos

incisos I a VII do caput, acima referidas, são permitidos o pedido de apoio político e a divulgação da pré-candidatura, das ações políticas desenvolvidas e das que se pretende desenvolver. Confirmamos a lição de Olivar Coneglian acerca dessa norma:



O que é “pedido de apoio político”? O candidato, se quiser pedir apoio político, deverá se manter dentro de um limite estreito de significados, para não acabar pedindo voto. Há diferença entre pedir voto e pedir apoio político. Pedir voto é pedir que o eleitor escolha o candidato pedinte como o merecedor de seu voto. Já pedir apoio político tem um significado mais amplo. O candidato pedinte quer que o destinatário do pedido aceite sua posição política, leia sua mensagem, concorde com seu programa, aplauda o que ele já fez, apoie o que ele pretende fazer. O limite é muito tênue, mas, se não houver pedido explícito de voto, não poderá haver problema para o pré-candidato. (...)

Também pode fazer divulgação de obras que já realizou, ou daquelas que pretende realizar, se conseguir o mandato futuro. O resumo de tudo é este: a pré-candidatura entrou decisivamente no mundo político, com estatura legal, e colocou de lado aquela verdadeira hipocrisia que o sistema antigo consagrava. (CONEGLIAN, Olivar. **Propaganda Eleitoral**. 13ª ed. Curitiba: Juruá Editora, 2018, p. 261-262).

Ainda com o propósito de regulamentar a propaganda antecipada e evitar o desequilíbrio de forças entre os futuros participantes do jogo eleitoral, o legislador incluiu, no art. 36-A, precisamente no §3º, regra específica para os profissionais de comunicação social no exercício da profissão, explicitada pelo doutrinador Olivar Coneglian:



A natural exposição pública dos profissionais de comunicação social os diferencia de grande parte de pretensos candidatos, normalmente anônimos no meio social, de modo que a lei estipulou certas restrições na atuação desses profissionais a fim de manter o equilíbrio entre as candidaturas. O §1º do art.45 da Lei nº 9.504/1997 é exemplo claro disso ao proibir, a partir de 30 de junho do ano da eleição, a transmissão de programa apresentado ou comentado por pré-candidato...

O §3º do art.36-A segue o mesmo raciocínio, impedindo que o profissional de comunicação, nesta condição, peça apoio político, divulgue sua pré-candidatura ou os projetos políticos que pretende desenvolver. (CONEGLIAN, Olivar. **Propaganda Eleitoral**. 13ª ed. Curitiba: Juruá Editora, 2018, p. 262).

Destacamos, entretanto, que, para as Eleições 2020, a proibição de que trata o art.45,§1º, da Lei nº 9.504/97 terá início apenas em 11 de agosto, nos moldes da EC nº 107/2020.

Em arremate, após excluir expressamente algumas condutas da esfera da propaganda eleitoral antecipada, a Lei nº 9.504/97 apresenta, em seu art.36-B, uma hipótese configuradora da referida ilicitude:



Art. 36-B. 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.

* *Caput* incluído pela Lei nº 12.891/2013.

* Ver art. 4º, *caput*, da Res. TSE nº 23.551/2017.

Parágrafo único. Nos casos permitidos de convocação das redes de radiodifusão, é vedada a utilização de símbolos ou imagens, exceto aqueles previstos no § 1º do art. 13 da Constituição Federal.

Ao tratar da questão da propaganda antecipada, o doutrinador Alexandre Freire Pimentel amplia o campo de análise do tema para além das hipóteses normativas acima comentadas, invocando a metodologia da tripla filtragem sugerida pelo TSE:



Enfim, o julgamento do AgR-REspe nº 9-24.2016.6.26.0242 SP, pelo Tribunal Superior Eleitoral tencionou fixar a tese para as eleições de 2018 a respeito do assunto. Estabeleceu-se uma metodologia para a análise do que pode ser admitido no período de pré-campanha, através do uso de **três filtros hermenêuticos: o primeiro, tem a finalidade de verificar se o conteúdo divulgado é, ou não, propaganda eleitoral; o segundo, destina-se a constatar a existência de pedido explícito de voto; e o terceiro, visa deliberar se a forma de veiculação do conteúdo questionado é, ou não, permitida pela legislação eleitoral.**

Restou assentado tanto pelo Ministro Admar Gonzaga, que foi o relator, quanto pelos Ministros Tarciso Vieira e Luiz Fux, os quais apresentaram votos-vista, que haverá propaganda eleitoral antecipada ilícita, mesmo que não exista pedido explícito de voto, se a forma de veiculação for proibida pela lei. (PIMENTEL, Alexandre Freire. **Propaganda Eleitoral**: poder de polícia e tutela provisória nas eleições. Belo Horizonte: Fórum Conhecimento Jurídico, 2019, p.75).

Passando para a esfera jurisprudencial, no voto proferido nos autos do Recurso Especial Eleitoral nº 0600227-31.2018.6.17.0000, o Ministro Edson Fachin recuperou os critérios para identificação da observância aos limites legais para a propaganda no período pré-eleitoral, fixados por ocasião do julgamento do AgR-AI nº 9-24/SP, elaborando um verdadeiro guia para a análise dos casos concretos, como podemos observar o excerto reproduzido abaixo:



Assim, naquele julgado, ficou assentado que:

- “o pedido explícito de votos, entendido em termos estritos, caracteriza a realização de propaganda antecipada irregular, independentemente da forma utilizada ou da existência de dispêndio de recursos”;
- “os atos publicitários não eleitorais, assim entendidos aqueles sem qualquer conteúdo direta ou indiretamente relacionados com a disputa, consistem em ‘indiferentes eleitorais’, situando-se, portanto, fora da alçada desta Justiça Especializada”;
- “o uso de elementos classicamente reconhecidos como caracterizadores de propaganda, desacompanhado de pedido explícito e direto de votos, não enseja irregularidade *per se*”;
- “todavia, a opção pela exaltação de qualidades próprias para o exercício de mandato, assim como a divulgação de plataformas de campanha ou planos de governo acarreta, sobretudo quando a forma de manifestação possua uma expressão econômica minimamente relevante, os seguintes ônus e exigências: (i) impossibilidade de utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda (outdoor, brindes, etc); e (ii) respeito ao alcance das possibilidades do pré-candidato médio” (todas as citações extraídas do voto do Ministro Luiz Fux).

Ordenando, logicamente, os critérios fixados pelo TSE naquele precedente, a primeira tarefa é verificar a natureza do ato publicitário, definindo eventual pertinência à temática eleitoral. Recusado este caráter pela Justiça Eleitoral –ou seja, tratando-se de um “indiferente eleitoral” – cessa a competência desta Justiça Especializada.

Reconhecido o viés eleitoral da propaganda, cumpre analisar eventual existência de “pedido explícito de voto”, cuja presença já torna ilícito o ato de divulgação da pré-candidatura, *per se*.

Inexistente este pedido, passam a incidir os ônus e exigências destacados no item “d”, quanto à forma, especialmente a eventual utilização de meios vedados durante o período oficial de propaganda como outdoor, brindes, showmício etc.

Em suma, de acordo com o posicionamento atual do TSE acerca da matéria, para que um ato de pré-campanha possa ser considerado lícito, ele deve preencher os seguintes requisitos:

- não conter pedido explícito de votos;
- não usar formas proscritas para o período oficial de propaganda;
- limitar-se a gastos moderados.

Sobre o primeiro requisito, referente ao pedido explícito de votos, a jurisprudência do TSE firmou, no julgamento do supracitado AgR-AI nº 9-24/SP, o entendimento de que tal aferição deve levar em conta a presença das “palavras mágicas”, como “vote em”, “vote contra”, “eleja” etc., descartando a utilização do “contexto conceitual explícito”, mais amplo, como propôs o Ministro Admar Gonzaga na oportunidade.



As consequências geradas por descumprimento ao disposto nos artigos 36, 36-A e 36-B podem extrapolar o campo de incidência das multas se restarem caracterizadas práticas abusivas, como arrecadação e gasto ilícito de recursos (art. 30-A, Lei nº 9.504/97) e abuso ou uso indevido dos meios de comunicação (art. 22, Lei Complementar nº 64/90), podendo acarretar cassação do registro ou do diploma e inelegibilidade por 8 anos.

Por fim, confirmamos as ementas de alguns acórdãos reveladores do posicionamento jurisprudencial do TSE a respeito da matéria:

ELEIÇÕES 2018. RECURSO ESPECIAL ELEITORAL. ATOS DE PRÉ-CAMPANHA. DIVULGAÇÃO DE MENSAGEM DE APOIO A CANDIDATO. AUSÊNCIA DE PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTO. UTILIZAÇÃO DE OUTDOORS. MEIO INIDÔNICO. INTERPRETAÇÃO LÓGICA DO SISTEMA ELEITORAL. APLICABILIDADE DAS RESTRIÇÕES IMPOSTAS À PROPAGANDA ELEITORAL AOS ATOS DE PRÉCAMPANHA. CIRCUNSTÂNCIAS FÁTICAS QUE APONTAM PARA A CIÊNCIA DO CANDIDATO SOBRE AS PROPAGANDAS. RECURSO PROVIDO.

1. A realização de propaganda, quando desacompanhada de pedido explícito e direto de votos, não enseja irregularidade per se.

2. A interpretação do sistema de propaganda eleitoral aponta ser incompatível a realização de atos de pré-campanha que extrapolem os limites de forma e meio impostos aos atos de campanha eleitoral, sob pena de se permitir desequilíbrio entre os competidores em razão do início precoce da campanha ou em virtude de majorada exposição em razão do uso desmedido de meios de comunicação vedados no período crítico.

3. A despeito da licitude da exaltação de qualidades próprias para o exercício de mandato ou a divulgação de plataformas de campanha ou planos de governo, resta caracterizado o ilícito eleitoral quando o veículo de manifestação se dá pela utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda.

4. As circunstâncias fáticas, do caso ora examinado, de maciço uso de outdoors em diversos Municípios e de expressa menção ao nome do candidato permitem concluir a sua ciência dos atos de pré-campanha, conforme exigência do art. 36, §3º da Lei das Eleições.

5. A realização de atos de pré-campanha por meio de outdoors importa em ofensa ao art. 39, §8º da Lei nº 9.504/97 e desafia a imposição da multa, independentemente da existência de pedido explícito de voto.

6. Recurso especial eleitoral provido. Acordam os ministros do Tribunal Superior Eleitoral, por maioria, em dar provimento ao recurso especial eleitoral, reconhecendo a ilicitude da realização de atos de pré-campanha em meios proibidos para a prática de atos de campanha eleitoral, em razão da utilização de outdoors, para impor multa a Manoel Jerônimo de Melo Neto, nos termos do voto do relator. Brasília, 9 de abril de 2019.



(Recurso Especial Eleitoral nº 600.227-31.2018)

Agravo de Instrumento nº 28511.2016 Origem Tianguá/CE

Relator: Ministro Luís Roberto Barroso.

Ementa: Direito Eleitoral. Recurso Especial Eleitoral. Eleições 2016. Propaganda eleitoral antecipada. **Ausência de pedido explícito de votos ou de violação ao princípio da igualdade de oportunidade entre os candidatos.** Provimento.

1. Agravo contra decisão de inadmissão de recurso especial eleitoral interposto para impugnar acórdão do TRE/CE que manteve sentença de parcial procedência em representação por propaganda eleitoral antecipada.

2. **O art. 36-A da Lei nº 9.504/1997, com redação dada pela Lei nº 13.165/2015, ampliou a liberdade de expressão na pré-campanha, permitindo diversas condutas aos pré-candidatos para divulgação de possível candidatura, desde que ausente o pedido explícito de votos.**

3. À luz desse dispositivo, **o TSE passou a reconhecer dois parâmetros para afastar a caracterização de propaganda eleitoral antecipada: (i) a ausência de pedido explícito de voto e (ii) a ausência de violação ao princípio da igualdade de oportunidades entre os candidatos.** Precedentes.

4. **Em relação ao primeiro parâmetro, esta Corte fixou a tese de que, para a configuração de propaganda eleitoral antecipada, o pedido de votos deve ser, de fato, explícito, vedada a extração desse elemento a partir de cotejo do teor da mensagem.**

5. Hipótese em que o regional constatou: (i) realização de evento denominado "Esquentá 12", em bar/restaurante da cidade, com a presença de simpatizantes vestidos com as cores do partido; (ii) ampla divulgação do evento nas redes sociais; e (iii) deslocamento de veículos, "em pequeno número", promovendo "buzinaço" pela cidade e ostentando o número e a cor do partido

6. Consta do acórdão recorrido que não houve pedido expresso de votos para os pré-candidatos aos cargos de prefeito e vice-prefeito. Ademais, o julgado não traz elementos que autorizem a concluir que as condutas em questão desequilibraram a isonomia no pleito. Assim, não há como reconhecer configurada a propaganda eleitoral antecipada, nos termos do art. 36-A da Lei nº 9.504/1997.

7. Agravo conhecido para dar provimento ao recurso especial eleitoral

Examinados os aspectos mais relevantes da propaganda antecipada, avancemos agora para o estudo da propaganda eleitoral propriamente dita, aquela realizada no período de permissão legal, começando pela propaganda eleitoral em geral. Examinados os aspectos mais relevantes da propaganda antecipada, avancemos agora para o estudo da

propaganda eleitoral propriamente dita, aquela realizada no período de permissão legal, começando pela propaganda eleitoral em geral.

Antes de passar ao próximo módulo, assista aos vídeos abaixo sobre Propaganda Eleitoral Antecipada e Enquetes Eleitorais.

Link 1: <https://youtu.be/qm3NNPS3X28>

Link 2: https://youtu.be/HzYe9efhW_4

MÓDULO III – PROPAGANDA ELEITORAL EM GERAL

1. Normas gerais

Inicialmente, vejamos as principais regras gerais da propaganda eleitoral previstas no Código Eleitoral e na Lei nº 9.504/97, compiladas, atualizadas, esmiuçadas e/ou complementadas pela Resolução TSE nº 23.610/19:

- A propaganda, independentemente da modalidade adotada, deverá conter sempre a legenda partidária e só poderá ser feita em língua nacional (art. 242, *caput*, do Código Eleitoral; art. 10, *caput*, da Resolução TSE nº 23.610/19);
- É proibido o emprego de meios publicitários destinados a criar, artificialmente, na opinião pública, estados mentais, emocionais ou passionais (art. 242, *caput*, do Código Eleitoral; art. 10, *caput*, da Resolução TSE nº 23.610/19).



Neste ponto, a Resolução TSE nº 23.610/19 inovou em relação ao normativo correspondente das Eleições 2018 para advertir que a “restrição ao emprego de meios publicitários destinados a criar, artificialmente, na opinião pública, estados mentais, emocionais e passionais não pode ser interpretada de forma a inviabilizar a publicidade das candidaturas ou embaraçar a crítica de natureza política, devendo-se proteger, no maior grau possível, a liberdade de pensamento e expressão” (art. 10, § 1º, da Resolução TSE nº 23.610/19). Tal previsão se coaduna com o princípio da liberdade, que norteia a propaganda eleitoral, estudado no Módulo I deste curso.

Nos §§ 2º e 3º do art.10, a Resolução TSE nº 23.610/19 trata das providências a serem adotadas em caso de violação da norma inscrita no *caput*. Vejamos tais disposições na letra do reportado artigo:



Art. 10. 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 passionais (Código Eleitoral, art. 242, e Lei nº 10.436/2002, arts. 1º e 2º).

§ 1º A restrição ao emprego de meios publicitários destinados a criar, artificialmente, na opinião pública, estados mentais, emocionais e passionais **não pode ser interpretada de forma a inviabilizar a publicidade das candidaturas ou embaraçar a crítica de natureza política, devendo-se proteger, no maior grau possível, a liberdade de pensamento e expressão.**

§ 2º Sem prejuízo do processo e das penas cominadas, a Justiça Eleitoral adotará medidas para impedir ou fazer cessar imediatamente a propaganda realizada com infração do disposto neste artigo, nos termos do art. 242, parágrafo único, do Código Eleitoral, observadas as disposições da seção I

do capítulo I desta Resolução.

§ 3º Sem prejuízo das sanções pecuniárias específicas, os atos de propaganda eleitoral que importem 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 na forma e para os fins previstos no art. 22 da Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990.

- Na propaganda dos candidatos a cargo majoritário, a coligação usará, obrigatoriamente, sob sua denominação, as legendas de todos os partidos que a integram (art. 6º, § 2º, da Lei nº 9.504/97; art. 11 da Resolução TSE nº 23.610/19).



Note que a Resolução TSE nº 23.610/19 não faz referência à necessidade de informação sobre a legenda partidária/denominação da coligação na propaganda para a eleição proporcional. Tal omissão deve-se à vedação para a formação de coligações no âmbito das eleições proporcionais, estabelecida pela EC nº 97/17.

- Da propaganda dos candidatos a cargo majoritário, deverão constar também os nomes dos candidatos a vice ou a suplentes de Senador, de modo claro e legível, em tamanho não inferior a 30% (trinta por cento) do nome do titular (art. 36, § 4º, da Lei nº 9.504/97; art. 12, caput, da Resolução TSE nº 23.610/19);
- No intuito de preservar a igualdade e o equilíbrio entre os participantes da disputa eleitoral, além de garantir a ordem pública e a preservação do patrimônio público e do meio ambiente, o Código Eleitoral veda a propaganda eleitoral: de guerra, de processos violentos para subverter o regime, a ordem política e social ou preconceitos de raça ou de classes; que provoque animosidade entre as forças armadas ou contra elas, ou delas contra as classes e 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 ou contravenha a posturas municipais ou a qualquer outra restrição de direito; que caluniar, difamar ou injuriar quaisquer pessoas, bem como órgãos ou entidades que exerçam autoridade pública (art. 243 do Código Eleitoral).

A exemplo do que já havia feito o dispositivo equivalente no normativo das Eleições 2018, o art. 22 da Resolução TSE nº 23.610/19 ampliou o rol de propagandas não toleradas contido no Código Eleitoral, estabelecendo a proteção contra atos discriminatórios de qualquer natureza.

Art. 22 Não será tolerada propaganda, respondendo o infrator pelo emprego de processo de propaganda vedada e, se for o caso, pelo abuso de poder:

 **Importante**

I – que veicule preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação (Constituição Federal, art. 3º, IV)

No que concerne à calúnia, à difamação e à injúria, o Código Eleitoral oferece, ao ofendido, sem prejuízo e independentemente da ação penal competente, a possibilidade de reivindicar a reparação do dano moral, garantindo-lhe, ainda, o direito de resposta. Confirmamos na própria letra da lei:

 **Legislação**

Art.243

§ 1º O ofendido por calúnia, difamação ou injúria, sem prejuízo e independentemente da ação penal competente, poderá demandar, no Juízo Civil, 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.

(...)

§ 3º É assegurado o direito de resposta a quem for injuriado, difamado ou caluniado através da imprensa, rádio, televisão, ou alto-falante, aplicando-se, no que couber, os artigos 90 e 96 da Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962.

 **Importante**

Ainda no campo das regras gerais sobre propaganda, cabe destacar que, imbuído do desejo de combater a disseminação das denominadas *fake news*, prática nociva adotada amplamente nas Eleições 2018, o TSE incluiu, na Resolução nº 23.610/19, seção específica no capítulo das Disposições Preliminares sobre a “desinformação na propaganda eleitoral”.

Seção

II

Da Desinformação na Propaganda Eleitoral

Art. 9º A utilização, na propaganda eleitoral, de qualquer modalidade de conteúdo, inclusive veiculado por terceiros, pressupõe que o candidato, o partido ou a coligação tenha verificado a presença de elementos que permitam concluir, com razoável segurança, pela fidedignidade da informação, sujeitando-se os responsáveis ao disposto no art. 58 da Lei nº 9.504/1997, sem prejuízo de eventual responsabilidade penal.

2. Normas relativas à localização da propaganda

A legislação eleitoral, ao disciplinar a propaganda, impõe regras específicas conforme o tipo de bem em que localizada a publicidade, conforme veremos a seguir.

2.1. Bens Particulares

A propaganda veiculada em bens particulares, uma das modalidades de propaganda eleitoral mais antigas e mais facilmente perceptíveis, vem sofrendo sucessivas mudanças ao longo dos anos, notadamente restrições.

Nas Eleições 2016, a Lei nº 13.165/15 já havia limitado esse tipo de propaganda, permitindo, naquele pleito, somente adesivo ou papel, desde que não excedesse a 0,5 m² (meio metro quadrado) e não contrariasse a legislação eleitoral.

Com a alteração promovida pela Lei nº 13.488/2017, o art. 37, § 2º, da Lei nº 9.504/97 passou a proibir a propaganda eleitoral em bens particulares, ressalvado o uso de adesivo plástico em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, desde que não excedesse a 0,5 m² (meio metro quadrado).

Não obstante, ao dispor sobre a propaganda em bens particulares, a Resolução TSE nº 23.551/17, que regulamentou a Propaganda Eleitoral para as Eleições 2018, exorbitou o conteúdo da Lei das Eleições, acrescentando permissão relativa à afixação de papel, em seu art.15, § 5º.

Para as Eleições 2020, o TSE manteve a permissão legal nos estritos limites fixados pela Lei nº 9.504/97, não repetindo, na Resolução TSE nº 23.610/19, o dispositivo que admitia a utilização do papel. Assim, fica excepcionado, da vedação à veiculação de propaganda eleitoral em bens particulares, apenas o uso de adesivo plástico em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, desde que não exceda a 0,5 m² (meio metro quadrado), nos termos do art. 20, inciso II, da citada resolução.

Ainda sobre a propaganda eleitoral em bens particulares, a Lei das Eleições exige que a publicidade seja espontânea e gratuita, sendo vedado qualquer tipo de pagamento em troca de espaço para essa finalidade (art. 37, § 8º, da Lei nº 9.504/97; art. 20, § 2º, da Resolução TSE nº 23.610/19).

2.2. Bens Públicos

A propaganda eleitoral em bens públicos é aquela veiculada em bens pertencentes ao Poder Público. Segundo Roberto Moreira de Almeida:



Bens públicos. Não importa se pertencentes à União, aos Estados, ao Distrito Federal ou aos Municípios, bem como aos de suas autarquias e fundações públicas. Tais bens são classificados tradicionalmente como bens de uso comum do povo, bem de uso especial ou bens dominiais ou dominicais. São exemplos: os prédios das repartições públicas, as rodovias, as passarelas, as praças, as pontes, os viadutos, os terrenos de marinha e seus acrescidos etc (ALMEIDA, Roberto Moreira de. **Curso de Direito Eleitoral**. 12ª ed. rev. ampliada e atual. Salvador: JusPODIUM, 2018, p.433).

No que atine ao tratamento normativo da matéria, as Leis nº 12.891/13 e nº 13.165/15 trouxeram mudanças significativas na disciplina desse tipo de propaganda, com a proibição da propaganda eleitoral mediante cavaletes e bonecos em vias públicas, muito utilizados em campanhas anteriores, que vieram integrar o rol dos meios de propaganda já vedados: pichação, inscrição a tinta, exposição de placas, estandartes e faixas. Confirmamos a redação do caput do art. 37 da Lei nº 9.504/97 após as alterações:



Art. 37. 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 ônibus e outros equipamentos urbanos, **é vedada a veiculação de propaganda de qualquer natureza, inclusive pichação, inscrição a tinta e exposição de placas, estandartes, faixas, cavaletes, bonecos e assemelhados.**

Anteriormente, a Lei nº 12.034/09 já havia incluído na Lei nº 9.504/97 proibição específica a respeito da colocação de propaganda eleitoral de qualquer natureza em árvores e jardins localizados em áreas públicas, bem como em muros, cercas e tapumes divisórios, independentemente da ocorrência de dano (art. 37, § 5º, Lei nº 9.504/97).

Após os sucessivos cortes legais, muito pouco restou no campo da licitude no que se refere à propaganda eleitoral em bens públicos, como podemos inferir do art. 37, §§ 2º e 7º, da Lei nº 9.504/97:



Art.37

§ 2º Não é permitida a veiculação de material de propaganda eleitoral em bens públicos ou particulares, exceto de:
I – **bandeiras ao longo de vias públicas**, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.

(...)

§ 6º É permitida **a colocação de mesas para distribuição de material de campanha e a utilização de bandeiras ao longo das vias públicas**, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.

O § 7º do mesmo dispositivo esclarece o termo “mobilidade”, definindo-o como a colocação e a retirada dos meios de propaganda em questão entre as 6 (seis) e as 22 (vinte e duas) horas.

Cabe destacar, ainda, que a Lei Eleitoral estabeleceu tratamento diferenciado para a veiculação de propaganda eleitoral nas dependências das casas legislativas, deixando a questão a critério das respectivas Mesas Diretoras (art. 37, § 3º, da Lei nº 9.504/97).

Por fim, tal matéria, propaganda eleitoral em bens públicos, encontra-se disciplinada nos arts. 19 e 20 da Resolução TSE nº 23.610/19, os quais ecoam as previsões legais citadas acima.

2.3. Bens de uso comum

No Direito Eleitoral, os bens de uso comum possuem uma acepção bem mais ampla que no Direito Privado.

Conceitua o § 4º do art. 37 da Lei das Eleições que os 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.

Nos mencionados bens, a veiculação de propaganda eleitoral é proibida pelo caput do artigo 37, acima transcrito, aplicável também aos bens públicos e aos bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do Poder Público.

Por sua vez, a Resolução TSE nº 23.610/19 trata da matéria em seu art.19.

Na oportunidade, vejamos como o TSE decidiu em um caso concreto:



RECURSO ESPECIAL ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR. DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAL IMPRESSO DE CAMPANHA EM BENS PÚBLICOS OU DE USO COMUM. **RODOVIÁRIA. PROIBIÇÃO.** ART. 37 DA LEI 9.504/97. NEGADO PROVIMENTO.
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 9.504/97. Precedentes.
2. Recurso a que se nega provimento (REspe 7605-72/RJ, Rel. designado Min. DIAS TOFFOLI, DJe 24.11.2015)

2.4. Bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do Poder Público

O art. 37, supramencionado, também veda, em seu caput, a veiculação de propaganda eleitoral de qualquer natureza em bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do Poder Público. Confiramos alguns exemplos colacionados por José Jairo Gomes:



Banca de jornal e revista: "(...) é irregular a propaganda eleitoral veiculada na área externa de banca de revista porque se trata de estabelecimento comercial que depende de autorização do Poder Público para seu funcionamento, além do que, comumente, situa-se em local privilegiado ao acesso da população, levando-se a enquadrá-la como um bem de uso comum" (TSE – Respe nº 25.615/SP – DJ 23/08/2006, p.110). Transporte coletivo: não se admite que veículo particular que preste serviço público de transporte de pessoa ou coisa ostente, interna ou externamente, propaganda eleitoral. Essa vedação tem o sentido de estabelecer

uma “equidistância da Administração Pública Direta e Indireta e de seus titulares em relação às várias candidaturas. Daí por que, independentemente de semelhança com o outdoor, é vedada a veiculação de propaganda eleitoral de qualquer natureza em veículos automotores prestadores de serviços públicos, tais como os ônibus de transporte coletivo urbano, a teor do art. 37 da Lei nº 11.300/2006” (TSE – Consulta Nº 1.323/DF – DJ 28-8-2006, p. 104) (GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral**. 14ª ed. São Paulo: Atlas, 2018, p.550).

Por derradeiro, ressaltamos que o § 1º do art. 37 da Lei 9.504/97 prevê que a propaganda realizada em desacordo com o disposto no caput do mesmo artigo, que traz vedações à propaganda eleitoral realizada em bens públicos, em bens de uso comum e em bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do Poder Público, sujeita o responsável, após a notificação e a comprovação, à restauração do bem e, caso não cumprida no prazo, à multa no valor de R\$ 2.000,00 (dois mil reais) a R\$ 8.000,00 (oito mil reais).

2.5. Bens tombados

Os bens materiais ou imateriais integrantes do patrimônio cultural brasileiro encontram-se sob a proteção do artigo 216, inciso V, § 1º, da nossa Lei Maior. Assim, é proibida a realização de propaganda em bem ou conjunto arquitetônico ou paisagístico tombados a fim de preservar a estética do ambiente que se quis proteger com o tombamento.

2.6. Sede de partido político e comitês de campanha

Constitui direito das agremiações políticas fazer inscrever seus nomes ou denominações nas fachadas de suas sedes e respectivas dependências, “pela forma que melhor lhes parecer” (art. 244, I, do Código Eleitoral). Nesse caso, não se trata de propaganda eleitoral, e sim, de identificação institucional. Portanto, essa inscrição não se sujeita ao limite do efeito outdoor, estabelecido para a propaganda eleitoral em geral.

No entanto, tal permissão não se estende às fachadas dos comitês eleitorais, consoante trecho jurisprudencial abaixo transcrito:



[...] “2. É pacífica a orientação jurisprudencial desta Corte no sentido de que a permissão instituída no artigo 244, I, do Código Eleitoral [...] refere-se à designação do nome do partido em suas sedes e dependências, **não se estendendo às fachadas dos comitês eleitorais do candidato**, que não podem realizar propaganda eleitoral acima do limite de 4 m² [...]. 3. Agravos 3. Agravos regimentais desprovidos” (TSE – AgR-Respe nº 332.757/BA – DJe 1.7.2011) .


Relativamente aos comitês de campanha, a Resolução TSE nº 23.457/15, que ditava as regras da propaganda para as eleições 2016, operou considerável mudança na matéria,

criando distinção normativa entre o comitê central e os demais comitês, reproduzida pela Resolução TSE nº 23.551/2017.

A Resolução TSE nº 23.610/19 manteve a distinção entre os comitês de campanha, mas trouxe inovações nesta seara. Primeiro, limitou a área de designação do Comitê Central de Campanha a 4 m² (quatro metros quadrados), avançando, em relação aos normativos anteriores, que proibiam tal identificação em formato que se assemelhasse a outdoor ou gerasse esse efeito, mas não fixavam, em termos numéricos, seu tamanho máximo.

Por outro lado, em relação aos demais comitês de campanha, a Resolução TSE nº 23.610/19 definiu expressamente o limite de 0,5 m², já adotado no regramento anterior, mas apenas por meio de remissão ao art. 37, § 2º, da Lei nº 9.504/97.

Por fim, como podemos observar no § 3º do art.14, a Resolução TSE nº 23.610/19 definiu o momento em que os candidatos, partidos políticos e coligações – e aqui houve uma extensão em relação ao normativo antecedente, que só atribuía a obrigação em comento ao candidato – deverão informar o endereço de seu Comitê Central de Campanha, ao estabelecer a inclusão de tal informação nos respectivos RRCs e DRAPs, suprimindo, assim, a omissão da resolução vigente em 2018, que trazia a exigência da comunicação, sem assinalar, no entanto, prazo para seu cumprimento.



Art.14
§ 1º Os candidatos, os partidos políticos 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 dimensões que não excedam a 4 m² (quatro metros quadrados)**.
§ 2º **Nos demais comitês de campanha**, que não o central, a divulgação dos dados da candidatura deverá observar **o limite de 0,5 m²** (meio metro quadrado) previsto no art. 37, § 2º, da Lei nº 9.504/1997.
§ 3º Para efeito do disposto no § 1º deste artigo, **os candidatos, os partidos políticos e as coligações deverão informar, no requerimento de registro de candidatura e no demonstrativo de regularidade de dados partidários, o endereço do seu comitê central de campanha.**

3. Normas relativas à modalidade da propaganda

Neste tópico, analisaremos a disciplina normativa específica de cada modalidade de propaganda eleitoral.

3.1. Propaganda sonora

A propaganda sonora, ou seja, aquela realizada por meio da utilização de equipamentos sonoros, como alto-falantes, amplificadores de som, carros de som, trios e minitrios, é permitida, respeitadas as restrições legais, no período compreendido entre o início da propaganda eleitoral e a véspera da eleição, em regra, das 8 (oito) às 22 (vinte e duas horas) horas (art. 15 da Resolução TSE nº 23.610/19). Vejamos agora as normas específicas para cada tipo de propaganda sonora:

a) Alto-Falantes/ amplificadores de som

O art. 15 da Resolução TSE nº 23.610/19 estabelece que o funcionamento de alto-falantes ou de amplificadores de som, ressalvada a hipótese de comícios, objeto de norma específica explicitada adiante, é permitido apenas entre as 8 (oito) e as 22 (vinte e duas) horas, proibindo sua instalação e utilização em distância inferior a 200 (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 outros estabelecimentos militares;
- dos hospitais e casas de saúde;
- das escolas, bibliotecas públicas, igrejas e teatros, quando em funcionamento.

Em seu § 1º, o citado artigo estende o horário para a utilização de aparelhagem de sonorização fixa em comício até as 24 h (vinte e quatro horas), permitindo, ainda, a prorrogação do intervalo temporal por mais 2 (duas) horas em caso de comício de encerramento de campanha.

b) Carros de som/ minitrios/ trios elétricos

O art. 15 da Resolução TSE nº 23.610/19 distingue, em seu § 4º, três categorias de veículos sonoros:

- 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, 10.000W (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 10.000W (dez mil watts) e até 20.000W (vinte mil watts);
- trio elétrico: veículo automotor que use equipamento de som com potência nominal de amplificação maior que 20.000W (vinte mil watts).

No que atine à disciplina legal, é permitida a circulação de carros de som e minitrios como meio de propaganda eleitoral, desde que observado o limite de 80 dB (oitenta decibéis) de nível de pressão sonora, medido a 7 m (sete metros) de distância do veículo, e respeitadas as demais restrições legais, tão somente em caminhadas, carreatas, e passeatas ou durante reuniões e comícios, nos moldes impostos pelo art. 15, § 3º, da Resolução TSE nº 23.610/19 e art. 39, § 11, da Lei nº 9.504/97.

A Resolução TSE nº 23.610/19 aperfeiçoou o regramento da matéria em relação ao normativo do pleito passado para tornar mais clara a vedação legal alusiva à circulação livre de carros de som e minitrios fora das hipóteses legalmente ressalvadas, ou seja, em caminhadas, carreatas e passeatas ou durante reuniões e comícios.

Tal questão foi objeto de controvérsias nas eleições pretéritas em razão do teor do § 5º do art. 11 da Resolução TSE nº 23.551/17, que não trazia vinculação expressa entre a circulação de carros de som e minitrios e os eventos referidos no parágrafo anterior.

O artigo 16 fixou, ainda, o limite de horário de 22 h (vinte e duas horas) do dia que antecede a eleição para a distribuição de material gráfico, caminhada, carreatas ou passeatas, acompanhadas ou não por carro de som ou minitrío.

No que tange aos tríos elétricos, a utilização de tais veículos em campanhas eleitorais só é permitida para a sonorização de comícios (art. 39, § 10, da Lei nº 9.504/97; art. 15, § 2º, da Resolução TSE nº 23.610/19).

Como observamos, a legislação eleitoral vem cada vez mais restringindo o uso da propaganda sonora nas campanhas eleitorais, o que vem atender a uma demanda da população, insatisfeita com a perturbação do sossego provocada pela larga utilização dessa forma de propaganda em eleições passadas, especialmente de carros de som.



Considerando entendimento já consolidado pelo TSE, não é recomendável que o Juiz Eleitoral expeça ato normativo com vistas a limitar a propaganda, como portarias, por exemplo, **salvo** se para delimitar direito de preferência em situações de conflitos de interesses para a realização de atos de campanha em espaços públicos, tais como as situações previstas no art. 39, §§ 1º e 2º, da Lei das Eleições.

3.2. Comício

A realização de comícios é permitida a partir do início da propaganda eleitoral e é vedada desde 48 (quarenta e oito) horas antes até 24 (vinte e quatro) horas depois das eleições (art. 5º, caput, da Resolução TSE nº 23.610/19).

Como vimos há pouco, nos comícios, o uso de aparelhagem de sonorização fixa deve respeitar o interstício compreendido entre as 8 e as 24 h, podendo ser prorrogado por mais 2 h no caso do comício de encerramento de campanha.

Ainda no campo da disciplina legal dos comícios, vale ressaltar a competência dos juízes eleitorais para julgar as reclamações sobre a localização de tais eventos e tomar providências sobre a distribuição equitativa dos locais aos partidos políticos e coligações.

Uso de telões

A jurisprudência pátria já assentou o entendimento de que a utilização de telões para transmissão de comícios é permitida, sendo proibida, contudo, a retransmissão de shows artísticos nos referidos eventos. Confirmamos:

“[...] É permitido o uso de telão e de palco fixo [em comícios]. No que concerne à possibilidade de retransmitir shows artísticos [...] a resposta deve ser negativa”.

(CTA 1261, julgada em 29.6.06, Relator Ministro Francisco César Asfor Rocha, DJ 16.8.06, p. 114).

3.3. Caminhada, carreata e passeata

Serão permitidos, até as 22 h (vinte e duas horas) do dia que antecede a eleição, caminhada, carreata, passeata ou carro de som que transite pela cidade divulgando jingles ou mensagens de candidatos, observados os limites impostos pela legislação comum (art. 16 da Resolução TSE nº 23.610/19; art. 39, § 9º, da Lei nº 9.504/97).

3.4. Showmício

Sobre esta modalidade de propaganda, incide proibição expressa, introduzida na legislação eleitoral em vigor através da Lei nº 11.300/06 (reforma eleitoral).

O art. 17 da Resolução TSE nº 23.610/19, reportando-se à Lei das Eleições com as alterações da reforma de 2006, ao Código Eleitoral e à Lei Complementar nº 64/90, assim dispõe:



Art. 17 **São proibidas a realização de showmício** e de evento assemelhado para promoção de candidatos e a apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício e reunião eleitoral, respondendo o infrator pelo emprego de processo de propaganda vedada e, se for o caso, pelo abuso do poder.

Por outro lado, a norma em apreço excetua os candidatos que atuam na área artística, nos limites impostos pelo parágrafo único do supracitado dispositivo:



Art.17

Parágrafo único. A proibição de que trata o *caput* 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.

3.5. Outdoor

Tratava-se de uma modalidade de propaganda paga, de elevadíssimo custo, numa ordem tal que era nítido o intuito de causar desequilíbrio na campanha.

Hoje, tal meio de propaganda encontra-se proibido no art. 39, § 8º, da Lei nº 9.504/97, que traz, em seu bojo, cominação de multa para o caso de descumprimento do preceito legal. Vejamos:



Art.39

§ 8º É vedada a propaganda eleitoral mediante 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).

A Resolução TSE nº 23.610/19 repetiu, em seu art. 26, a previsão acima transcrita, acrescentando-a de dois parágrafos destinados a evitar burla à normal legal tratada neste tópico, estendendo a sanção do caput no caso de peças que causem “efeito visual de outdoor”, como observamos a seguir:



Art.26

É vedada a propaganda eleitoral por meio de outdoors, inclusive eletrônicos, sujeitando-se a empresa responsável, os partidos políticos, 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) (Lei nº 9.504/1997, art. 39, § 8º).
§ 1º A utilização de engenhos ou de equipamentos publicitários ou ainda de conjunto de peças de propaganda, justapostas ou não, que se assemelhem ou causem efeito visual de outdoor sujeita o infrator à multa prevista neste artigo.

§ 2º A caracterização da responsabilidade do candidato na hipótese do § 1º deste artigo não depende de prévia notificação, bastando a existência de circunstâncias que demonstrem o seu prévio conhecimento.

3.6. Bandeiras

Como vimos no tópico referente à propaganda em bens públicos, é permitida a colocação de bandeiras ao longo das vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos, sendo a mobilidade caracterizada com a colocação e a retirada dos meios de propaganda entre as 6 (seis) e as 22 h (vinte e duas horas). É o que preceituam o art. 37, §§ 2º, 6º e 7º, da Lei nº 9.504/97 e arts. 19, §§ 4º e 5º, e 20, inciso I, da Resolução TSE nº 23.610/19.

3.7. Adesivo

Essa forma de propaganda constitui hoje a única modalidade de propaganda eleitoral cuja veiculação é permitida em bens particulares na redação atual do art. 37, § 2º, inciso II, da Lei nº 9.504/97, reproduzida pelo art. 20, inciso II, da Resolução TSE nº 23.610/19.



Art. 20 Não é permitida a veiculação de material de propaganda eleitoral em bens públicos ou particulares, exceto de:
(...)
II – adesivo plástico em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, desde que não exceda a 0,5 m² (meio metro quadrado).

A Resolução TSE nº 23.610/19, no §1º de seu art. 20, alerta, ainda, que a justaposição de propaganda cuja dimensão exceda a 0,5 m² (meio metro quadrado) caracteriza propaganda irregular em razão do efeito visual único, mesmo que a peça individualmente respeite o citado limite.

Já o § 3º do mesmo artigo proíbe a colagem de propaganda eleitoral em veículos, excepcionando os adesivos microperfurados até a extensão total do para-brisa traseiro e, em outras posições, adesivos que não excedam a 0,5 m² (meio metro quadrado), nos termos do inciso II do art. 20, e observado o disposto no § 1º sobre a justaposição de propaganda cuja área exceda o limite em questão.

Ainda sobre o adesivo, o art. 38 da Lei das Eleições, ao permitir a distribuição de adesivos e outro impressos, traz mais uma regra sobre suas dimensões, estabelecendo, em seu § 3º, o limite máximo de 50 cm x 40 cm (cinquenta centímetros por quarenta centímetros). No entanto, a Resolução TSE nº 23.610/19, após indicação expressa no relatório do Grupo de Sistematização de Normas Eleitorais, uniformizou as normas sobre o tamanho do adesivo, optando pela dimensão máxima de 0,5 m² (meio metro quadrado), consoante se depreende de seu art. 21, § 2º.

Por fim, os adesivos deverão conter obrigatoriamente 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 de poder, em consonância com o disposto no art. 21, § 1º, da Resolução TSE nº 23.610/19.

3.8. Folheto, volante e outros impressos

A previsão sobre o uso de tais artefatos publicitários situa-se no art. 38 da Lei nº 9.504/97 e no art. 21 da Resolução TSE nº 23.610/19, que segue:



Art. 21 Independente da obtenção de licença municipal e de autorização da Justiça Eleitoral a veiculação de propaganda eleitoral por meio de 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 braile dos mesmos conteúdos***.

§ 1º 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 de poder.

Dessa última parte, em relação ao mesmo dispositivo do normativo anterior, foi excluída a expressão “quando assim demandados”, desvinculando a impressão dos conteúdos em braile à existência prévia de demanda nesse sentido, o que vem a favorecer a adoção de tal providência, que atende a uma política de inclusão social.

Ainda na esfera da propaganda por meio de impressos, lembramos que o art. 19, § 4º, da Resolução TSE nº 23.610/19 permite a colocação de mesas para distribuição de material

de campanha ao longo das vias públicas, desde que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.

3.9. Derrame

Introduzida pela Resolução TSE nº 23.457/15, a vedação ao derrame, repetida para o pleito de 2018, permanece no rol das proibições em matéria de propaganda eleitoral, inclusive com a previsão de sanção administrativa e cominação penal respectivas em caso de descumprimento da norma, como podemos inferir do art. 19, § 7º, da Resolução TSE nº 23.610/19:



Art.19

§ 7º 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 prevista no § 1º do art. 37 da Lei nº 9.504/1997, sem prejuízo da apuração do crime previsto no inciso III do § 5º do art. 39 da Lei nº 9.504/1997.

Ainda sobre o derrame, a Resolução TSE nº 23.610/19 adicionou regra acerca da caracterização da responsabilidade do candidato, insere em seu § 8º:



Art.19

§ 8º A caracterização da responsabilidade do candidato na hipótese do § 7º deste artigo não depende de prévia notificação, bastando a existência de circunstâncias que revelem a impossibilidade de o beneficiário não ter tido conhecimento da propaganda.

3.10. Camiseta, chaveiro, boné, caneta, brinde, cesta básica ou outros

O art. 18 da Resolução TSE nº 23.610/19, considerando o disposto no art. 39, § 6º, da Lei nº 9.504/97, prescreve que:



Art.18 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 de poder.

Neste ponto, também houve evolução normativa em relação à resolução de 2017, acrescentando-se parágrafo para permitir o uso, a qualquer tempo, de bandeiras, broches, dísticos, adesivos, camisetas e outros adornos semelhantes pelo eleitor, como forma de manifestação de suas preferências por partido político, coligação ou candidato,

observadas as vedações previstas no caput do mesmo artigo e no art. 82 da Resolução TSE nº 23.610/19. Confirmamos:



Art.18

Parágrafo único. Observadas as vedações previstas no *caput* deste artigo e no art. 82 desta Resolução, é permitido a qualquer tempo o uso de bandeiras, broches, dísticos, adesivos, camisetas e outros adornos semelhantes pelo eleitor, como forma de manifestação de suas preferências por partido político, coligação ou candidato.

Nas resoluções passadas, a permissão era exclusiva para o dia da eleição, como inferência da norma inscrita no art. 39-A da Lei nº 9.504/97 sobre a autorização para manifestação individual e silenciosa da preferência do eleitor na data do pleito.

Agora que abordamos os principais pontos sobre a propaganda eleitoral em geral, passaremos ao tema específico da propaganda eleitoral na internet, que tende a ser a modalidade de propaganda mais adotada nas eleições vindouras, especialmente neste cenário de pandemia.

Antes de passar ao próximo módulo, assista aos vídeos abaixo sobre Manifestação Silenciosa e Individual do Eleitor e Propaganda Eleitoral mediante adesivos e bandeiras.

Link 1: https://youtu.be/Ny7k6_tqt38

Link 2: <https://youtu.be/MiR3-rCpmuo>

MÓDULO IV – PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET

A partir de agora, abordaremos pontos relevantes acerca da propaganda eleitoral na internet.

Trata-se de um tema bastante vasto e de elevada complexidade, especialmente em razão dos aspectos técnicos que envolvem o uso desse meio de comunicação nas campanhas eleitorais.

De início, cabe salientar que, tal como ocorre com as demais modalidades de propaganda, o legislador estabeleceu marco temporal para a veiculação de propaganda eleitoral na internet. Vejamos:

- **Início:** 16 de agosto do ano da eleição, conforme o disposto no art. 57-A da Lei nº 9.504/97. **No entanto, para o pleito vindouro, em virtude do estado de pandemia, a EC nº 107/2020 postergou o início da propaganda eleitoral, inclusive na internet, para 27 de setembro.**
- **Final:** a reforma eleitoral trazida pela Lei nº 13.488/17 fixou, como marco final, o dia **anterior às eleições**, conclusão que se extrai do art. 39, § 5º, inciso IV, da Lei das Eleições.



Não se proíbe a realização da propaganda eleitoral na internet no período entre 48 h (quarenta e oito horas) antes até 24 h (vinte e quatro horas) depois da eleição, uma vez que a vedação constante no parágrafo único do art. 240 do Código Eleitoral não se aplica à propaganda eleitoral veiculada gratuitamente na internet, nos termos do art. 5º, parágrafo único, da Resolução TSE nº 23.610/19.

No entanto, a propaganda eleitoral disponibilizada na internet no dia do pleito deve restringir-se à mera manutenção das aplicações e conteúdos veiculados anteriormente, vedada a publicação de novos conteúdos, bem como o impulsionamento de conteúdos novos ou antigos, sob pena de incidência no crime previsto no art. 39, § 5º, inciso IV.

PROPAGANDA PERMITIDA



O art. 57-B da Lei nº 9.504/97 elenca as formas permitidas de propaganda eleitoral na internet. São elas:

a) 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;

b) 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;

c) por meio de **mensagem eletrônica** para **endereços cadastrados gratuitamente** pelo candidato, partido ou coligação;

d) por meio de **blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet** assemelhadas cujo conteúdo seja gerado ou editado por:

– candidatos, partidos ou coligações; ou

– qualquer pessoa natural, **desde que não contrate impulsionamento de conteúdos**.



No exercício da atribuição regulamentar que lhe confere o art. 57-J da Lei nº 9.504/97 no que se refere à matéria contida nos arts. 57-A a 57-I, visando à conformidade da legislação com o cenário e as ferramentas tecnológicas existentes em cada momento eleitoral e considerando a problemática das *fake news* nas Eleições 2018, o TSE incluiu, nas hipóteses do inciso IV do art. 28 da Resolução nº 23.610/19, mencionadas no item “d” acima, **vedação à contratação de disparo em massa de conteúdo**, tanto para os candidatos, partidos ou coligações, quanto para as pessoas naturais.

Outra novidade trazida pela Resolução TSE nº 23.610/19 foi a exigência inserta no § 1º do art. 28 de que os endereços eletrônicos das aplicações de que trata o aludido artigo, salvo os de iniciativa de pessoa natural, sejam comunicados à Justiça Eleitoral no requerimento de registro de candidatura (RRC) ou no demonstrativo de regularidade de dados partidários (DRAP).

e) por meio da **reprodução na internet** da propaganda realizada na imprensa escrita.

De acordo com o art. 43, *caput*, Lei nº 9.504/97, é permitida, até a antevéspera das eleições, a reprodução na internet da propaganda paga realizada na imprensa escrita, devendo ser observadas as restrições impostas pelo citado dispositivo.

Entre as inovações operadas pela Resolução TSE nº 23.610/19, está a inclusão, no ordenamento jurídico, por meio de seu art. 42, § 5º, de autorização expressa para 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, nessa hipótese, o disposto no *caput*.

PROPAGANDA PROIBIDA

Verificamos até aqui, as permissões contidas na legislação atual no tocante à propaganda eleitoral na internet. Todavia, o rol de proibições e suas respectivas punições é bastante

extenso, merecendo, portanto, uma análise cuidadosa por parte do intérprete/aplicador. Vejamos, então, as vedações constantes da Lei nº 9.504/97:

a) É vedada a veiculação de conteúdos de cunho eleitoral mediante cadastro de usuário de aplicação de internet com a **intenção de falsear identidade** (art.57-B, § 2º);

b) É vedada a utilização de **impulsioneamento de conteúdos e ferramentas digitais não disponibilizadas pelo provedor de aplicação de internet**, ainda que gratuitas, para alterar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral, tanto próprios quanto de terceiros (art. 57-B, § 3º);

Penalidade: multa 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 (art. 57-B, § 5º), aplicável ao usuário responsável pelo conteúdo e, quando comprovado seu prévio conhecimento, ao beneficiário.

c) É vedado qualquer tipo de **propaganda eleitoral paga na internet**, exceto o impulsioneamento de conteúdos, que será tratado adiante (art. 57-C, *caput*);

d) É vedada, **ainda que gratuitamente**, a propaganda eleitoral veiculada em **sítios de pessoas jurídicas**, com ou sem fins lucrativos (art.57-C, §1º, I), e em **sítios oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta** da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios (art. 57-C, § 1º, II);

No tocante à propaganda em sítios oficiais, o TSE decidiu que, para configurar a ilicitude, é suficiente apenas o link que direcione a sítio de candidato:



Propaganda eleitoral irregular. Internet. Sítio oficial. [...] A utilização de página mantida por órgão da administração pública do município, como meio de acesso, por intermédio de link, a sítio que promove candidato, configura violação ao art. 57-C, § 1º, II, da Lei nº 9.504/97. [...] **O fato de constar da página oficial somente o link do sítio pessoal do candidato, e não a propaganda em si, não afasta o caráter ilícito de sua conduta**, uma vez que a página oficial foi utilizada como meio facilitador de divulgação de propaganda eleitoral em favor do representado.

(TSE, Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº 838119, de 21.6.2011, Rel. Min. Arnaldo Versiani Leite Soares, DJE de 23.8.2011, p. 8/9)

O Supremo Tribunal Federal (STF), julgando Recurso Extraordinário (RE nº 686.848/SP, Relator Ministro LUIZ FUX, julgado em 28 de maio de 2013), em que pese não tenha, ao tema, atribuído a repercussão geral e também não tenha adentrado o mérito do recurso, negou-lhe seguimento, mantendo a decisão do Tribunal Superior Eleitoral, relativamente ao fato de não se afastar o “caráter ilícito de sua conduta, uma vez que a página oficial foi utilizada como meio facilitador de divulgação de propaganda eleitoral em favor do representado.”

Penalidade: multa 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 (art. 57-C, § 2º), aplicável ao responsável pela divulgação da propaganda ou pelo impulsionamento de conteúdos e, quando comprovado seu prévio conhecimento, ao beneficiário.

e) 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, nos termos das alíneas “a”, “b” e “c” do inciso IV do § 3º do art. 58 e do art. 58-A da Lei nº 9.504/97, e por outros meios de comunicação interpessoal mediante mensagem eletrônica (art. 57-D, *caput*, da Lei nº 9.504/97; art. 30, *caput*, da Res. TSE nº 23.610/19).



A Resolução TSE nº 23.610/19 reproduziu o teor do *caput* do art. 57-D no *caput* de seu art. 30, estendendo a prescrição às mensagens instantâneas.

Penalidade: multa de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), aplicável ao responsável pela divulgação e, quando comprovado seu prévio conhecimento, ao beneficiário (art. 57-D, § 2º, da Lei nº 9.504/97; art. 30, § 1º, da Res. TSE nº 23.610/19).

f) São vedadas, às pessoas elencadas no art. 24 da Lei das Eleições, **a utilização, doação ou cessão de cadastro eletrônico de seus clientes**, em favor de candidato, partido ou coligação (art. 57-E, *caput*);



Art. 24 É vedado, a partido e candidato, receber direta ou indiretamente doação em dinheiro ou estimável em dinheiro, inclusive por meio de publicidade de qualquer espécie, procedente de:

I- entidade ou governo estrangeiro;

II - órgão da administração pública direta e indireta ou fundação mantida com recursos provenientes do Poder Público;

III - concessionário ou permissionário de serviço público;

IV - entidade de direito privado que receba, na condição de beneficiária, contribuição compulsória em virtude de disposição legal;

V - entidade de utilidade pública;

VI - entidade de classe ou sindical;

VII - pessoa jurídica sem fins lucrativos que receba recursos do exterior;

VIII - entidades beneficentes e religiosas;

IX - entidades esportivas;

X - organizações não-governamentais que recebam recursos públicos;

XI - organizações da sociedade civil de interesse público.

Penalidade: multa de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), aplicável ao responsável pela divulgação e, quando comprovado seu prévio conhecimento, ao beneficiário (art. 57-E, § 2º, Lei nº 9.504/97; art. 30, § 2º, Res. TSE nº 23.610/19).



Considerando a decisão proferida nos autos da ADI nº 4650, bem como o disposto na Lei nº 13.709/18, a Resolução TSE nº 23.610/19 ampliou, no *caput* de seu art. 31, a proibição de que cuida esse item às pessoas jurídicas de direito privado.

Antes mesmo da edição da Resolução TSE nº 23.610/19, com a inclusão expressa das pessoas jurídicas de direito privado em geral na vedação concernente à utilização, doação ou cessão de dados pessoais de seus clientes, Olivar Coneglian já sustentava que a proibição as alcançava: “o rol do art. 24 não contempla as pessoas jurídicas comuns. Mas com a proibição de doação por elas, é certo que não podem também utilizar, doar ou ceder o cadastro eletrônico dos seus clientes, em favor de candidatos, partidos ou coligações” (CONEGLIAN, Olivar. **Propaganda Eleitoral**. 14ª ed. Curitiba: Juruá Editora, 2018, p. 381).

g) É proibida a **venda de cadastro** de endereços eletrônicos (art. 57-E, § 1º);

Penalidade: multa de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), aplicável ao responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado seu prévio conhecimento, ao beneficiário. (art. 57-E, § 2º, da Lei nº 9.504/97; art. 31, § 2º, da Res. TSE nº 23.610/19).



A Resolução TSE nº 23.610/19 estabelece, em seu art. 31, §1º, que tal vedação se aplica tanto às pessoas jurídicas quanto às pessoas naturais.

Acrescentou, ainda, dois parágrafos ao citado artigo:

Art.31

§ 3º A violação do disposto neste artigo não afasta a aplicação de outras sanções cíveis ou criminais previstas em lei, observado, ainda, o previsto no art. 41 desta Resolução.

§ 4º Observadas as vedações do *caput* deste artigo, o tratamento de dados pessoais, inclusive a utilização, doação ou cessão destes por pessoa jurídica ou por pessoa natural, observará as disposições da Lei nº 13.709/2018 (Lei nº 9.504/1997, art. 57-J).

h) É vedado o **envio de mensagens eletrônicas** pelos candidatos, partidos ou coligações, após o término do prazo de 48 h (quarenta e oito horas) para descadastramento, mediante solicitação do destinatário em mecanismo contido no próprio corpo das mensagens (art. 57-G);

Penalidade: multa de R\$ 100,00 (cem reais) por mensagem enviada (art. 57-G, parágrafo único).

A Resolução TSE nº 23.610/19 reproduziu o teor do *caput* do art. 57-G no *caput* de seu art. 33, estendendo a prescrição para as mensagens instantâneas.

Ainda sobre o tema e de maneira semelhante ao que ocorreu nas Eleições 2018, para o pleito atual, a Resolução TSE nº 23.610/19 afastou a aplicação das regras relativas à propaganda eleitoral em relação às mensagens trocadas de forma privada ou em grupos restritos de participantes, como aquelas enviadas por meio de aplicativos como **WhatsApp** e *Telegram*, conforme segue:



Art.33

§ 2º As mensagens eletrônicas e as mensagens instantâneas enviadas **consensualmente** por **pessoa natural**, de forma **privada** ou em **grupos restritos de participantes**, não se submetem ao *caput* deste artigo e às normas sobre propaganda eleitoral previstas nesta Resolução (Lei nº 9.504/1997, art. 57-J).

i) É proibida a realização de propaganda eleitoral na internet **atribuindo, indevidamente, a sua autoria a terceiros**, inclusive a candidato, partido político ou coligação (art. 57-H, *caput*);

Penalidade: multa de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) (art. 57-H, *caput*), sem prejuízo das demais sanções legais cabíveis, como a responsabilização criminal nos termos dos §§1º e 2º do art. 57-H.

1. Impulsionamento de conteúdo



Trata-se de um mecanismo ou serviço disponibilizado pelos provedores de aplicação de internet com o objetivo de potencializar o alcance e a divulgação da informação para atingir usuários que, normalmente, não teriam acesso ao seu conteúdo, incluída entre as formas de impulsionamento a priorização paga de conteúdos resultantes de aplicações de

busca na internet, nos termos do art. 26, § 2º, da Lei nº 9.504/97 (art. 37, inciso XIV, da Resolução TSE nº 23.610/19).

A legislação eleitoral em vigor permite o **impulsioneamento de conteúdos de forma paga**, conforme se vê na segunda parte do art. 57-C da Lei nº 9.504/97.



Art. 57-C. É vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, **excetuado o impulsioneamento de conteúdos**, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos, coligações e candidatos e seus representantes.

Como vimos, o impulsioneamento, identificado de forma inequívoca, só poderá ser contratado por **partidos políticos, coligações, candidatos e seus representantes**, tendo o art. 57-B, inciso IV, da Lei nº 9.504/97, reforçado a restrição, excluindo expressamente **as pessoas naturais** da permissão legal.

A contratação de tal serviço deverá ser realizada diretamente com provedor 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** (art. 57-C, § 3º, da Lei nº 9.504/97).

Regulamentando a questão e tendo em vista o disposto no art. 57-C da Lei das Eleições, a Resolução TSE nº 23.610/19 veda, em seu art. 28, §3º, a utilização de impulsioneamento 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 próprios quanto de terceiros**.

Na sequência, a Resolução TSE nº 23.610/19 impõe, em seu art. 28, §4º, que o provedor de aplicação de internet que possibilite o impulsioneamento pago de conteúdos conte com canal de comunicação com seus usuários, dispondo que o mesmo somente poderá ser responsabilizado por danos decorrentes do conteúdo impulsioneado 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.

O conceito de provedor de aplicação de internet encontra-se disposto no art. 37, inciso XVIII, da Resolução TSE nº 23.610/19, a saber: “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.”.

Por fim, salientamos que todo impulsioneamento 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”.

2. Disparo em massa de conteúdos

Diante do debate gerado pela disseminação massiva de notícias inverídicas nas Eleições 2018 e amparado pelo art. 57-J da Lei nº 9.504/97, o Tribunal Superior Eleitoral incluiu, como novidade na Resolução TSE nº 23.610/19, conforme antecipado acima, proibição ao uso do **disparo em massa de conteúdo**:



Art. 28. A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas (Lei nº 9.504/1997, art. 57-B, I a IV):

(...)

IV - por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas, dentre as quais aplicativos de mensagens instantâneas, cujo conteúdo seja gerado ou editado por:

a) candidatos, partidos políticos ou coligações, **desde que não contratem disparo em massa de conteúdo** (Lei nº 9.504/1997, art. 57-J); ou

b) qualquer pessoa natural, vedada a contratação de impulsionamento e de **disparo em massa de conteúdo** (Lei nº 9.504/1997, art. 57-J).

Art. 34. É vedada a realização de propaganda via telemarketing em qualquer horário, bem como por meio de disparo em massa de mensagens instantâneas **sem anuência do destinatário** (Constituição Federal, art. 5º, X e XI; Código Eleitoral, art. 243, VI; e Lei nº 9.504/1997, art. 57-J).

De acordo com o glossário de termos técnicos constante do art. 37 da Resolução TSE nº 23.610/19, disparo em massa consiste no envio automatizado ou manual de um mesmo conteúdo para um grande volume de usuários, simultaneamente ou com intervalos de tempo, por meio de qualquer serviço de mensagem ou provedor de aplicação na internet.

3. Responsabilização dos provedores

Aperfeiçoando o teor do disposto no art. 57-F da Lei nº 9.504/97, a Resolução TSE nº 23.610/19, em seu art. 32, substituiu a nomenclatura “provedor de conteúdo e de serviços multimídia” por “**provedor de aplicação de internet**”, mas manteve a regra pertinente à responsabilização do provedor em que divulgada a propaganda eleitoral de candidato, de partido ou de coligação, ao qual se aplicam as penalidades previstas na Lei, no caso na Resolução, 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 parágrafo único do citado artigo completa a prescrição legal, estabelecendo que o provedor de aplicação de internet só será considerado responsável pela divulgação da propaganda se a publicação do material for comprovadamente de seu prévio conhecimento.

4. Suspensão do acesso a sítios da internet

Constitui sanção aplicável aos provedores de aplicação de internet que descumprirem as disposições da Lei das Eleições, devendo o número de horas de suspensão ser definido proporcionalmente à gravidade da infração cometida em cada caso, observado o limite máximo de 24 h (vinte e quatro horas), conforme prescrito no art. 57-I, *caput*, da Lei nº 9.504/97.

Insta salientar que, a cada reiteração de conduta, o período de suspensão será duplicado (art. 57-I, § 1º, da Lei nº 9.504/97).

Outrossim, no período de suspensão, a empresa informará, a todos os usuários que tentarem acessar seus serviços, que se encontra temporariamente inoperante por desobediência à legislação eleitoral (art. 57-I, § 2º, da Lei nº 9.504/97).

Por fim, a suspensão poderá ser requerida pelo Ministério Público, por candidato, partido político ou coligação, devendo ser observado o rito previsto no art. 96 da Lei nº 9.504/97.

5. Infrações penais relativas à propaganda eleitoral na internet

É importante destacar que a infração a algumas normas disciplinadoras da propaganda eleitoral na internet gera consequências na esfera penal, a teor do disposto no art. 57-H, § 1º e § 2º, e no art. 39, § 5º, IV, da Lei Eleitoral:

a) **Contratar** (conduta ativa), direta ou indiretamente, grupos de pessoas para emitir mensagens ou comentários na internet visando ofender a honra ou denegrir a imagem de candidato, partido ou coligação.

– infração punível com detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos e multa de R\$ 15.000,00 (quinze mil reais) a R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais).

b) **Ser contratado** (conduta passiva) com a finalidade referida no item anterior.

– infração punível com detenção de 6 (seis) meses a 1 (um) ano, com alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo período, e multa de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais).

c) Publicar **novos conteúdos** ou realizar o **impulsioneamento** de conteúdos nas aplicações de internet no **dia da eleição**:

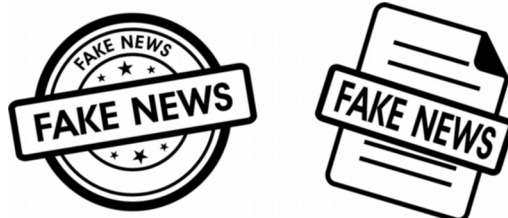


Art.39


§ 5º Constituem crimes, no dia da eleição, puníveis com detenção, de seis meses a um ano, com a alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo período, e multa no valor de cinco mil a quinze mil UFIR: (...)

IV – a **publicação de novos conteúdos ou o impulsioneamento de conteúdos nas aplicações de internet de que trata o art. 57-B desta Lei**, podendo ser mantidos em funcionamento as aplicações e os conteúdos publicados anteriormente.

6. Desinformação na Propaganda Eleitoral ou *Fake News*




Na obra coletiva “Direito Eleitoral Digital”, coordenada pelo doutrinador Diogo Rais, os autores assim definem *fake news*:

 (...) pretendendo ser prático, e seguindo as necessidades do cenário eleitoral *fake news* são notícias falsas, mas que parecem verdadeiras.

Elas são enganosas, se revestem de diversos artifícios para enganar o eleitor buscando sua curiosidade e difusão daquele conteúdo. Não é uma ficção, é mentira revestida de artifícios que lhe conferem aparência de verdade sendo capaz de produzir danos. (RAIS, Diogo, coord. **Direito Eleitoral Digital**. São Paulo: Thomson Reuters, 2018, p. 69).

Assim, movido pelo propósito de combate à proliferação das nocivas notícias falsas ou *fake news*, o TSE inseriu, na Resolução TSE nº 23.610/19, seção específica intitulada “Da desinformação na Propaganda Eleitoral”.

Referida seção contém apenas um artigo, o que indica que a opção legislativa de dedicar uma seção exclusiva à prescrição foi adotada em razão da relevância da matéria. Vejamos a letra do dispositivo:

 Art. 9º A utilização, na propaganda eleitoral, de qualquer modalidade de conteúdo, inclusive veiculado por terceiros, pressupõe que o candidato, o partido ou a coligação tenha verificado a presença de elementos que permitam concluir, com razoável segurança, pela **fidedignidade da informação**, sujeitando-se os responsáveis ao disposto no art. 58 da Lei nº 9.504/1997, sem prejuízo de eventual responsabilidade penal.

Fora dessa seção, contudo, encontramos, na Resolução TSE nº 23.610/19, outras previsões destinadas a combater a divulgação de notícias falsas, como os dispositivos que proíbem o disparo em massa de conteúdo, já abordados, e o art. 27, §1º, abaixo reproduzido:



Art.27

§ 1º A livre manifestação do pensamento do eleitor identificado ou identificável na internet somente é **passível de limitação** quando ofender a honra ou a imagem de candidatos, partidos ou coligações, ou **divulgar fatos sabidamente inverídicos**.

Neste passo, destacamos que as Cortes Eleitorais têm recebido, nos últimos anos, diversas representações sobre propaganda eleitoral irregular na internet tendo como objeto a disseminação de informações falsas em campanhas eleitorais. Segue transcrição de recente julgado acerca da questão:

REPRESENTAÇÃO Nº 0600546-70.2018.6.00.0000 – CLASSE 11541 – BRASÍLIA – DISTRITO FEDERAL
Relator: Ministro Sérgio Banhos
Representante: Rede Sustentabilidade (Rede) – Diretório Nacional
Advogados: Carla de Oliveira Rodrigues e outro
Representante: Maria Osmarina Marina da Silva Vaz de Lima
Advogados: Carla de Oliveira Rodrigues e outro
Representado: Facebook Serviços Online do Brasil Ltda.

DECISÃO

Trata-se de **representação**, com pedido de liminar, ajuizada pelo Diretório Nacional da Rede Sustentabilidade e Maria Osmarina Marina da Silva Vaz de Lima, denunciando a divulgação de notícias falsas (**fake news**) por meio de perfil anônimo no Facebook.

(...)

Qualquer informação sem fundamento pode ser desastrosa. O uso da Internet como arma de manipulação do processo eleitoral dá vez à utilização sem limites das chamadas **fake news**. A prática das **fake news** não é recente. É estratégia eleitoral antiga daqueles que fazem política. **Como a recepção de conteúdos pelos seres humanos é seletiva e a desinformação reverbera mais que a verdade, o uso de fake news é antigo e eficaz mecanismo para elevar o alcance da informação e, como consequência, enfraquecer candidaturas. A significativa diferença no mundo contemporâneo é que, com as redes sociais, a disseminação dessa informação maliciosa passou a ser mais rápida, mais fácil, mais barata e em escala exponencial.**

(...)

Defiro a liminar, ainda, para determinar ao representado, no prazo de 10 dias: a identificação do número de IP da conexão usada para realização do cadastro inicial no Facebook; e a disponibilização dos dados pessoais do criador e dos administradores do perfil, nos termos do art. 10, §1º, da Lei nº 12.965/2014.

Em caso de descumprimento, poderá ser aplicada multa diária, nos termos dos arts. 536 e 537 do Código de Processo Civil.



Proceda-se à citação do representado para que apresente defesa no prazo de dois dias, nos termos do art. 8º da Res.-TSE nº 23.547/2017.

Após, intime-se pessoalmente o representante do Ministério Público Eleitoral para que se manifeste no prazo de um dia, nos termos do art. 12 da referida resolução. Publique-se.

Intimem-se.

Brasília, 7 de junho de 2018.

Ministro SÉRGIO SILVEIRA BANHOS Relator

Contudo, a despeito do esforço normativo e jurisprudencial, a Justiça Eleitoral reconhece que a melhor “arma” contra a propagação de notícias falsas é a educação digital. Assim, sob esse prisma educativo, o TSE disponibilizou, ao público, valioso material informativo acerca do tema, enfatizando a necessidade de verificação da fonte das mensagens e checagem de seu conteúdo, através de mecanismos próprios, o qual poderá ser acessado no endereço: <http://www.justicaeleitoral.jus.br/fato-ou-boato/>.

7. Remoção de conteúdo da internet

A Resolução TSE nº 23.610/19, no capítulo da propaganda eleitoral na internet, contém seção específica sobre a remoção de conteúdo na internet, disciplinando a adoção de tal medida.

No entanto, a primeira regra atinente à matéria já surge na Seção I das Disposições Preliminares. Como novidade para o pleito de 2020, o normativo limita o exercício do poder de polícia consubstanciado na **imediata** remoção de conteúdo da internet apenas às hipóteses em que, em sua forma ou meio de veiculação, reste configurado o desrespeito às regras nele dispostas. Confirmamos o dispositivo em questão:



Art. 7º O juízo eleitoral com atribuições fixadas na forma do art. 8º desta Resolução somente poderá determinar a imediata retirada de conteúdo na internet que, em sua **forma ou meio** de veiculação, esteja em desacordo com o disposto nesta Resolução.

§ 1º Caso a irregularidade constatada na internet se refira ao **teor** da propaganda, **não será admitido o exercício do poder de polícia**, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.965/2014;

§ 2º Na hipótese prevista no § 1º deste artigo, eventual notícia de irregularidade deverá ser encaminhada ao Ministério Público Eleitoral.

Mais adiante, a Seção I do Capítulo IV cuida dos requisitos e do procedimento para a determinação judicial de remoção de conteúdo da internet, com a fixação de prazo mínimo para o cumprimento da ordem pelo provedor, e define os contornos do conceito de anonimato no contexto das publicações na rede mundial de computadores:



Art. 38. A atuação da Justiça Eleitoral em relação a conteúdos divulgados na internet deve ser realizada com a menor interferência possível no debate democrático (Lei nº 9.504/1997, art. 57-J).

§ 1º 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.

§ 2º 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.

§ 3º A publicação somente será considerada anônima caso não seja possível a identificação dos usuários após a adoção das providências previstas no art. 40 desta Resolução.

No que tange ao procedimento, a norma estabelece, em seu art. 38, §4º, que 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 e, caso inexistente esta, a URI ou a URN do conteúdo específico. A menção alternativa à URI ou URN constitui acréscimo legal da Resolução TSE nº 23.610/19.

O prazo acima aludido poderá ser reduzido em circunstâncias excepcionais devidamente justificadas, a teor do disposto no art. 38, §5º.

Na sequência, a norma dispõe que o provedor responsável pela aplicação de internet em que hospedado o material deverá promover a sua remoção dentro do prazo razoável fixado, sob pena de arcar com as sanções aplicáveis à espécie (art.38, §6º).

Já sobre a competência da Justiça Eleitoral para a determinação da remoção de conteúdos que estejam em desacordo com as regras eleitorais, o normativo prevê que tal competência cessa com a realização das eleições, sendo deslocada, a partir desse momento, para a Justiça Comum. É o que preceitua o art. 38, §7º, complementado pelo §8º:



§ 7º Realizada a eleição, as ordens judiciais de remoção de conteúdo da internet não confirmadas por decisão de mérito transitada em julgado deixarão de produzir efeitos, cabendo à parte interessada requerer a remoção do conteúdo por meio de ação judicial autônoma perante a Justiça Comum.

§ 8º Os efeitos das ordens de remoção de conteúdo da internet relacionadas a candidatos que disputam o segundo turno somente cessarão após a realização deste.

No que se refere à questão da remoção de conteúdo da internet, com ponderações acerca da real necessidade de intervenção e da proteção à liberdade de expressão, bem

como da competência da Justiça Eleitoral para a decretação da medida, segue elucidativa passagem jurisprudencial:

0601765-21.2018.6.00.0000

Rp - Recurso em Representação nº 060176521 - BRASÍLIA - DF
Acórdão de 02/04/2019

Relator(a) Min. Admar Gonzaga

Publicação:

DJE - Diário de justiça eletrônico, Tomo 207, Data 24/10/2019, Página 39-40

Ementa:

ELEIÇÕES 2018. RECURSO INOMINADO. REPRESENTAÇÃO. FAKE NEWS. FACEBOOK. TWITTER. YOUTUBE. REMOÇÃO DE CONTEÚDO. LIMINAR. PERDA DA EFICÁCIA. DESPROVIMENTO.

1. Nos termos do art. 33, *caput* e § 1º da Res.-TSE 23.551, a **atuação da Justiça Eleitoral** em relação a **conteúdos divulgados na internet** deve ser realizada com **a menor interferência possível no debate democrático, a fim de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura**, limitando-se às hipóteses em que, mediante decisão fundamentada, sejam constatadas violações às regras eleitorais ou ofensas a direitos de pessoas que participam do processo eleitoral.

2. Na linha da jurisprudência desta Corte, **as ordens de remoção de propaganda irregular**, como restrições ao direito à liberdade de expressão, **somente se legitimam quando visam à preservação da higidez do processo eleitoral, à igualdade de chances entre candidatos e à proteção da honra e da imagem dos envolvidos na disputa**. Assim, eventual ofensa à honra, sem repercussão eleitoral, deve ser apurada pelos meios próprios perante a Justiça Comum.

3. **Ultimado o período de propaganda eleitoral, a competência para a remoção de conteúdos da internet passa a ser da Justiça Comum**, deixando as ordens judiciais proferidas por este Tribunal de produzir efeitos, nos termos do § 6º do art. 33 da Res.-TSE 23.551. Recurso a que se nega provimento.

Decisão:

O Tribunal, por maioria, vencido o Ministro Alexandre de Moraes, negou provimento ao recurso, nos termos do voto do relator. Impedimento do Ministro Luís Roberto Barroso. Composição: Ministra Rosa Weber (presidente), Ministros Edson Fachin, Jorge Mussi, Og Fernandes, Admar Gonzaga e Tarcísio Vieira de Carvalho Neto.



8. Requisição judicial de dados e registros eletrônicos

A Resolução TSE nº 23.610/19 também disciplinou, em seção específica, o procedimento para requisição judicial de dados e registros eletrônicos, cuja disposição pode ser encontrada no art. 39, o qual define critérios para o deferimento da medida, alocados nos incisos do §1º do art. 40, conforme segue:

Art.40

§ 1º Sem prejuízo dos demais requisitos legais, o requerimento deverá conter, sob pena de inadmissibilidade (Lei nº 12.965/2014, art. 22, parágrafo único):

I - fundados indícios da ocorrência do ilícito de natureza eleitoral;

II - justificativa motivada da utilidade dos dados solicitados para fins de investigação ou instrução probatória;



III - período ao qual se referem os registros.

A aludida norma exige, ainda, quando da análise do pedido, fundamentação específica quanto ao preenchimento de todos os requisitos legais acima mencionados, sob pena de nulidade da ordem judicial (art.40, §3º).

Por fim, cabe salientar que se aplicam, ainda, à Resolução TSE nº 23.610/19, as regras previstas na Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados), por força do disposto no art. 41, inovação para o pleito de 2020.

Analisados os aspectos mais importantes da propaganda eleitoral na internet, estudaremos, no próximo módulo, o regramento da propaganda eleitoral pertinente aos meios tradicionais de comunicação de social.

Antes de passar ao próximo módulo, assista aos vídeos abaixo sobre Poder de Polícia na Internet e Propaganda impulsionada e os Dark Posts.

Link 1: <https://youtu.be/7TWSIUg2agc>

Link 2: <https://youtu.be/QY3Tj11uLbl>

MÓDULO V – PROPAGANDA ELEITORAL E OS MEIOS TRADICIONAIS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

1. Propaganda eleitoral na imprensa



Constitui **modalidade de propaganda eleitoral paga** permitida até a antevéspera das eleições, nos termos do art. 43 da Lei das Eleições. É necessário, todavia, que sejam respeitadas algumas regras nesse tipo de publicidade:

- a) 10 (dez) anúncios por veículo;
- b) diversidade de datas;
- c) dimensão máxima por página: 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide;
- d) divulgação do valor pago pela inserção, de forma visível, no próprio anúncio.

Cabe salientar que o descumprimento das normas acima indicadas sujeita os responsáveis pelos veículos de comunicação e os partidos políticos, as coligações ou os candidatos beneficiados a multa no valor de R\$ 1.000,00 (mil reais) a R\$ 10.000,00 (dez mil reais) ou o equivalente ao valor da divulgação da propaganda paga, caso seja maior (art.43, §2º, da Lei nº 9.504/97).

Regulando a matéria, a Resolução TSE nº 23.610/2020 detalhou um pouco mais a disciplina normativa, por meio do acréscimo de quatro parágrafos que não constam da redação da Lei das Eleições ao seu art. 42:



Art.42

§ 3º Ao jornal de dimensão diversa do padrão e do tabloide, aplica-se a regra do caput deste artigo, de acordo com o tipo de que mais se aproxime.

§ 4º 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 nos termos do art. 22 da Lei Complementar nº 64/1990.

§ 5º É autorizada a reprodução virtual das páginas do jornal impresso na internet, desde que seja feita no sítio eletrônico do próprio jornal, independentemente do seu conteúdo, devendo ser respeitados integralmente o formato gráfico e o conteúdo editorial da versão impressa, atendido, nesta hipótese, o disposto no caput deste artigo.

§ 6º O limite de anúncios previsto no caput deste artigo será verificado de acordo com a imagem ou o nome do respectivo candidato, independentemente de quem tenha contratado a divulgação da propaganda.

Das inovações trazidas nesta seara, merecem nota a regra contida no §4º, mais uma manifestação normativa do TSE em favor da liberdade de expressão, aqui no caso, de imprensa, reservando a intervenção judicial para as hipóteses de abuso ou excesso, e a autorização constante do §5º para a reprodução virtual das páginas do jornal impresso.

2. Programação normal e noticiário no rádio e na televisão



A Resolução TSE nº 23.610/2019, com fulcro no disposto no art. 45 da Lei Eleitoral, com a supressão decorrente do julgamento parcialmente procedente da ADI nº 4.451, arrola, em seu art. 43, **condutas vedadas às emissoras de rádio e televisão**. Vejamos:

- Transmitir, ainda que sob a forma de entrevista jornalística, imagens de realização de pesquisa ou qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral em que seja possível identificar o entrevistado ou em que haja manipulação de dados;
- Veicular propaganda política;
- Conferir tratamento privilegiado a candidato, partido político ou coligação (de acordo com o §1º do art. 43, o convite aos candidatos mais bem colocados nas pesquisas eleitorais para participar de entrevistas não configura, por si só, o tratamento privilegiado, desde que não configurados abusos ou excessos, os quais poderão, inclusive, ser apurados na forma do art. 22 da Lei Complementar nº64/1990);
- 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 políticos;
- Divulgar nome de programa que se refira a candidato escolhido em convenção, ainda quando preexistente, inclusive se coincidente com o nome do candidato ou com o nome por ele indicado para uso na urna eletrônica, e, sendo coincidentes os nomes do programa e do candidato, fica proibida a sua divulgação, sob pena de cancelamento do respectivo registro;
- A partir de 30 de junho do ano da eleição, transmitir programa apresentado ou comentado por pré-candidato, sob pena, no caso de sua escolha na convenção partidária, de imposição da multa prevista no § 3º e de cancelamento do registro da candidatura do beneficiário. **No caso das Eleições 2020, todavia, a vedação terá início em 11 de agosto, nos termos da EC nº 107/2020.**

O art. 43 traz, ainda, em seu §3º, a sanção aplicável em caso de inobservância às proibições elencadas acima, a saber:

Art.43



(...)

§3º Sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 75, a inobservância do estabelecido neste artigo sujeita a emissora ao pagamento de multa no valor de R\$ 21.282,00 (vinte e um mil, duzentos e oitenta e dois reais) a R\$ 106.410,00 (cento e seis mil, quatrocentos e dez reais), duplicada em caso de reincidência.

3. Debates



Os debates que se realizam no âmbito do rádio e da televisão não constituem propriamente modalidade de propaganda eleitoral, sendo, não obstante, um meio bastante eficaz de divulgação de campanhas.

No que atine ao tema, a reforma eleitoral trazida pela Lei nº 13.488/17 definiu nova regra de representatividade para fins de participação nos debates, qual seja: "... participação de candidatos dos partidos com representação no Congresso Nacional, de, no mínimo, cinco parlamentares, e facultada a dos demais..." (art. 46 da Lei nº 9.504/97). O art. 44, §§ 6º e 7º, da Resolução TSE nº 23.610/19 define critérios para a análise dessa representação.

A Resolução TSE nº 23.610/19 adicionou, ainda, uma condição à participação nos debates, qual seja, a de que, quando cessada a condição sub judice na forma estipulada pela resolução que dispõe sobre a escolha e o registro de candidatos para as eleições, o registro de candidatura não tenha sido indeferido, cancelado ou não conhecido.

Além disso, exige-se a observância de alguns critérios traçados pelo art. 46 da Lei nº 9.504/97, reorganizados e atualizados pela Resolução TSE nº 23.610/19, em seus arts. 44 a 47, de acordo com a evolução da matéria no âmbito dos Tribunais brasileiros. Vejamos:

a) Deliberação das regras: 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, sendo vedadas: a deliberação pela exclusão de candidato cuja presença seja assegurada na forma do § 1º deste artigo; e a deliberação pela exclusão de candidato cuja participação seja facultativa e que tenha sido convidado pela emissora de rádio ou de televisão;

b) Aprovação das regras: o para o primeiro turno das eleições, as regras devem ser aprovadas mediante concordância de pelo menos 2/3 (dois terços) dos candidatos aptos,

no caso de eleição majoritária, e de pelo menos 2/3 (dois terços) dos partidos com candidatos aptos, no caso de eleição proporcional;

c) Apresentação dos debates – eleição majoritária (na ausência de acordo): em conjunto, estando presentes todos os candidatos a um mesmo cargo eletivo; e em grupos, estando presentes, pelo menos, 3 (três) candidatos; Apresentação dos debates – eleição majoritária (na ausência de acordo): em conjunto, estando presentes todos os candidatos a um mesmo cargo eletivo; e em grupos, estando presentes, pelo menos, 3 (três) candidatos;

d) Apresentação dos debates – eleição proporcional (na ausência de acordo): neste caso, deverá ser assegurada a presença de número equivalente de candidatos de todos os partidos a um mesmo cargo eletivo, podendo desdobrar-se em mais de 1 (um) dia;

e) Participantes: é vedada a presença de um mesmo candidato à eleição proporcional em mais de um debate da mesma emissora;

f) Convite: é obrigatório, se satisfeito o requisito da representatividade do partido político, nos termos do caput do art. 46 da Lei das Eleições (art. 44, §1º, da Resolução TSE nº 23.610/19). Por outro lado, não há óbice quanto à participação dos partidos que não possuam representatividade, sendo facultado seu convite.

Consoante dispõe o art. 46, §1º, da Lei Eleitoral, replicado no art. 46, inciso I, da Resolução TSE nº 23.610/19, admite-se a realização de debate sem a presença de candidato que dele deveria participar, desde que comprovado o convite prévio com antecedência mínima de 72 (setenta e duas) horas.

Com esteio no Ac. - TSE nº 19.433, de 25 de junho de 2002, o inciso III do art. 46 da Resolução TSE nº 23.610/19 permite, ainda, a conversão do debate em entrevista na hipótese de comparecimento de apenas 1 (um) candidato ao evento.

Relativamente ao marco final para a realização de debates, o art. 46, inciso IV, estabelece horário-limite diferenciado para os dois turnos da eleição: no primeiro turno, o debate poderá estender-se até as 7h (sete horas) da sexta-feira imediatamente anterior ao dia da eleição e, no caso de segundo turno, não poderá ultrapassar o horário de meia-noite da sexta-feira imediatamente anterior ao dia do pleito.

Também há, na Resolução TSE nº 23.610/19, precisamente em seu art. 44, §5º, exigência para utilização, dentre outros recursos, de subtítuloção por meio de legenda oculta, janela com intérprete da Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS) e audiodescrição.

Por fim, a violação às regras relativas ao debate no rádio e na televisão sujeita as emissoras responsáveis às sanções previstas no art. 56 da Lei nº 9.504/97, que trata da suspensão da programação, cujo teor consta do caput do art. 47 da Resolução TSE nº 23.610/19, cujos §§1º e 2º regulam a aplicação das referidas sanções.

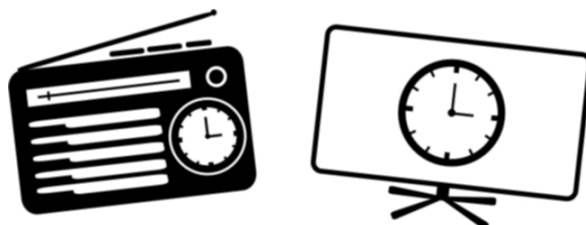
Abordadas as questões mais relevantes da propaganda eleitoral relativas aos meios tradicionais de comunicação social, revisaremos, no módulo a seguir, as principais

normas sobre a propaganda eleitoral gratuita no rádio e na TV, especificamente aquelas aplicáveis no âmbito das eleições municipais.

MÓDULO VI – PROPAGANDA ELEITORAL GRATUITA NO RÁDIO E NA TELEVISÃO

De acordo com o art. 47 da Lei nº 9.504/97, a propaganda eleitoral gratuita tem início nos 35 (trinta e cinco) dias anteriores à antevéspera das eleições, devendo as emissoras de rádio e de televisão e os canais de TV por assinatura reservar horário destinado à divulgação, em rede, dessa modalidade de propaganda.

Confiramos a organização e a distribuição dos horários no caso da eleição para prefeito e vice-prefeito:



- no rádio: das 7h às 7h10 e das 12h às 12h10; e
- na TV: das 13h às 13h10 e das 20h30 às 20h40.



Existem, ainda, outras regras pertinentes à distribuição do tempo de transmissão, as quais podem ser encontradas nos incisos I e II do § 2º do art. 47 da Lei nº 9.504/97, com redação atualizada nos incisos I e II do art. 55 da Resolução TSE nº 23.610/19 para o fim de exclusão da menção à coligação no caso da eleição proporcional. Em síntese, temos:

- **90% (noventa por cento)** distribuídos proporcionalmente ao número de representantes na Câmara dos Deputados, considerando, no caso de coligações para as eleições majoritárias, o resultado da soma do número de representantes dos **seis** maiores partidos dela integrantes; e
- **10% (dez por cento)** distribuídos igualmente.

No que tange à **propaganda em inserções**, as Leis nº 13.165/15 e nº 13.488/17 operaram sensíveis mudanças na Lei nº 9.504/97, ficando distribuída no caso das eleições para prefeito e vereador da seguinte forma: inserções de 30 e 60 segundos no rádio e na TV, no total de 70 minutos diários, de segunda a domingo, distribuídas ao longo da programação veiculada entre as cinco e as vinte e quatro horas, na proporção de 60% do tempo para prefeito, e 40%, para vereador, conforme o disposto no art. 47, §1º, VII.

Num eventual segundo turno, a distribuição do tempo **em rede** se dará de **forma igualitária** entre os **dois candidatos** que participarão do pleito, dividido em **2 blocos diários de 10 minutos** para cada eleição, com início às 7 h e às 12 h (propaganda no rádio); e 13 h e 20h30 (televisão) (art. 49, caput e § 2º, da Lei nº 9.504/97).

Nesse caso, deverá ser observado o disposto no § 2º do art. 51 da Lei das Eleições: **vinte e cinco minutos**, distribuídos igualmente para cada cargo em disputa, divididos em inserções de 30 e 60 segundos, ao longo dos 3 blocos (5 às 11h; 11 às 18h; e 18 às 24h).

Nos programas e inserções de rádio e de televisão destinados à propaganda eleitoral gratuita de cada partido ou coligação só poderão aparecer, em gravações internas e externas, candidatos, caracteres com propostas, fotos, jingles, clipes com música ou vinhetas, inclusive de passagem, com indicação do número do candidato ou do partido, bem como de seus apoiadores, sendo vedadas montagens, trucagens, computação gráfica, desenhos animados e efeitos especiais.

Nessa esteira, é importante ressaltar que a Resolução TSE nº 23.610/19 delimitou o conceito de apoiador para fins de participação na propaganda eleitoral no rádio e na TV:

Art.74

(...)



§ 4º Considera-se apoiador, para os fins deste artigo, a figura potencialmente apta a propiciar benefícios eleitorais ao candidato ou ao partido/coligação veiculador da propaganda, não integrando tal conceito os apresentadores ou interlocutores que tão somente emprestam sua voz para transmissão da mensagem eleitoral.

Destacadas as principais regras da propaganda eleitoral gratuita no rádio e na TV relativas às eleições municipais, passemos ao último módulo deste curso, que aborda a questão do controle da propaganda eleitoral.

MÓDULO VII – CONTROLE DA PROPAGANDA

A propaganda eleitoral submete-se a dois tipos de controle, ambos de competência da Justiça Eleitoral, investida, nesse mister, em suas funções administrativa e jurisdicional. Estudaremos, a seguir, essas duas formas de controle.

1. Controle administrativo - o exercício do poder de polícia

O controle administrativo da propaganda eleitoral consubstancia-se no exercício do poder de polícia sobre esse tipo de publicidade, visando coibir as irregularidades eventualmente praticadas.

O Código Eleitoral menciona explicitamente esse poder em seu art. 139 e, implicitamente, em seu art. 242, parágrafo único, ao prescrever que, sem prejuízo do processo e das penas cominadas, a Justiça Eleitoral adotará medidas para fazer impedir ou cessar imediatamente a propaganda realizada com infração do disposto no referido artigo.

Por seu turno, a Lei das Eleições, em seu art. 41, §1º, dispõe que o poder de polícia sobre a propaganda eleitoral será exercido pelos juízes eleitorais e pelos juízes designados pelos Tribunais Regionais Eleitorais.

Sobre o instituto, confirmamos a definição da magistrada Luciana Costa Aglantzakis: “poder de polícia do juiz eleitoral tem por finalidade precípua prevenir, obstar, paralisar atividades nocivas aos interesses públicos, evitar a divulgação de propaganda eleitoral em desarmonia com a legislação eleitoral” (AGLANTZAKIS, Luciana Costa. **O poder de polícia do magistrado na propaganda eleitoral e uma releitura da súmula 18 do Tribunal Superior Eleitoral.** Disponível em: <http://intranet.tre-ro.gov.br/eleicoes/2010/arquivo-enfam-poder-policia-juiz-eleitoral-na-propaganda-eleitoral.pdf/view>>).

Por sua vez, reportando-se a uma palestra proferida pelo Desembargador Eleitoral Romero Marcelo da Fonseca Oliveira, do TRE/PB, o doutrinador Alexandre Freire Pimentel defende a aplicabilidade do conceito de poder de polícia insculpido no art. 78 do CTN ao Direito Eleitoral. Vejamos, inicialmente, a letra do citado artigo:



Art. 78. Considera-se poder de polícia atividade da administração pública que, limitando ou disciplinando direito, interesse ou liberdade, regula a prática de ato ou abstenção de fato, em razão de interesse público concernente à segurança, à higiene, à ordem, aos costumes, à disciplina da produção e do mercado, ao exercício de atividades econômicas dependentes de concessão ou autorização do Poder Público, à tranquilidade pública ou ao respeito à propriedade e aos direitos individuais ou coletivos. (Redação dada pelo Ato Complementar nº 31, de 1966) Parágrafo único. Considera-se regular o exercício do poder de polícia quando desempenhado pelo órgão competente nos limites da lei aplicável, com observância do processo legal e, tratando-se de atividade que a lei tenha como discricionária, sem abuso ou desvio de poder.

Transportando a definição para a esfera da propaganda eleitoral, o citado autor conclui que:



(...) o poder de polícia apresenta-se como um mecanismo de limitação da liberdade de expressão, não sendo, por isso, inconstitucional, desde que o seu exercício obedeça às balizas estabelecidas pela própria Constituição Federal e pela legislação infraconstitucional de regência. Sobressai-se o conteúdo do parágrafo único do CTN que condiciona a validade do exercício do poder de polícia, primeiramente, à competência do órgão que o efetiva (juiz da propaganda e presidente da seção eleitoral); segundo, que essa autoridade competente atue com observância do devido processo legal; e, por fim, que o poder de polícia deve ser conduzido sem abuso ou desvio de poder. Acrescente-se que, apesar da advertência da parte final do parágrafo único referir à atividade que a lei tenha como discricionária, é importante esclarecer que o poder de polícia eleitoral é atividade vinculada e, ainda assim, é incompatível com desvio ou abuso de poder. (PIMENTEL, Alexandre Freire. **Propaganda Eleitoral**: poder de polícia e tutela provisória nas eleições. Belo Horizonte: Fórum Conhecimento Jurídico, 2019, p.232).

Insta ressaltar, neste passo, que, com a finalidade de evitar eventuais abusos ou excessos, o sobredito art. 41, em seu caput e § 2º, protege a propaganda exercida nos termos da legislação eleitoral, estabelecendo que esta não poderá ser objeto de multa nem cerceada sob alegação do exercício do poder de polícia ou de violação de postura municipal, restringindo o aludido poder às providências necessárias para inibir práticas ilegais, vedada, ainda, a censura prévia sobre o teor dos programas e matérias jornalísticas a serem exibidos na televisão, no rádio e na internet.

Nos termos do disposto no art. 8º, inciso II, da Resolução TSE nº 23.610/19, nas eleições municipais, o exercício do poder de polícia compete ao juiz que exerce a jurisdição eleitoral no município e, naqueles com mais de uma zona, aos juízes eleitorais designados pelos respectivos tribunais regionais eleitorais. Atendendo à determinação legal, o TRE-CE designou, por meio das Resoluções nº 755 e nº 756 de 2019, os respectivos juízos competentes no caso dos municípios cearenses com mais de uma zona eleitoral.

No exercício de tal mister, os juízes eleitorais devem observar, além da legislação eleitoral de âmbito nacional, o Provimento CRE-CE que dispõe sobre as rotinas relativas ao exercício do poder de polícia na propaganda eleitoral para as Eleições 2020.

1.1. Edição de portarias

A jurisprudência dos tribunais brasileiros é absolutamente pacífica no sentido de vedar, aos juízes eleitorais, a edição de portarias com o objetivo de restringir a utilização, por candidatos, partidos políticos e coligações, de propaganda eleitoral permitida pela legislação, bem como para criar sanção não prevista em Lei ou Resolução. Permite-se, no

entanto, a edição de portarias destinadas, exclusivamente, a organizar ou viabilizar o acesso dos candidatos, partidos e coligações à propaganda lícita.

Assim, não poderá o Juiz Eleitoral, sob o argumento de evitar a perturbação da ordem pública e prevenir eventuais incidentes entre correligionários de partidos políticos opostos, baixar portaria proibindo, por exemplo, a realização de caminhadas, passeatas, carreatas e comícios (ou qualquer outro tipo de propaganda permitida por lei).

O que se admite neste ensejo, em prol do equilíbrio de forças na disputa eleitoral, é a edição de portaria com vistas à divisão equitativa dos dias e dos horários em que cada partido ou coligação poderá ocupar o espaço público a fim de realizar suas manifestações.

1.2. Aplicação de astreintes

Há muito se discute o cabimento de astreintes em sede de poder de polícia, que já foi admitida por diversos Regionais, inclusive por meio de Instrução Normativa.

Contudo, ao enfrentar a questão, a Resolução TSE nº 23.608/19, acolhendo a recente tendência jurisprudencial do TSE de rejeição à aplicação de astreintes no âmbito do poder de polícia do juiz eleitoral e reverenciando a já vintenária Súmula 18/TSE, dispõe, em seu art. 54, §2º:

Art. 54.

(...)



§ 2º **No exercício do poder de polícia, é vedado ao magistrado aplicar sanções pecuniárias**, instaurar de ofício a representação por propaganda irregular ou **adotar medidas coercitivas tipicamente jurisdicionais, como a imposição de astreintes** (Súmula nº 18/TSE).

Resta, todavia, intacta a possibilidade de arbitramento de astreintes como medida coercitiva nas representações e pedidos de direito de resposta, nos casos de demora injustificada no cumprimento de determinação judicial. É o que podemos inferir dos dispositivos abaixo transcritos:

Res.23.608/19

Art.32

(...)



§ 4º Caso o juiz eleitoral ou juiz auxiliar determine a retirada de material considerado ofensivo de sítio eletrônico, o respectivo provedor de aplicação de internet deverá promover a imediata retirada, sob pena de responder na forma do art. 36 desta Resolução, sem prejuízo de suportar as **medidas coercitivas que forem determinadas, inclusive as de natureza**

pecuniária decorrentes do descumprimento da decisão jurisdicional.

Res.23.610/19

Art.38

(...)

§ 9º As sanções aplicadas em razão da demora ou do descumprimento da ordem judicial reverterão aos cofres da União.

Confirmamos, por fim, a lição da jurisprudência nacional acerca da questão:

RECURSO ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO POR PROPAGANDA IRREGULAR. ELEIÇÕES SUPLEMENTARES. PARATY. PANFLETOS SEM INDICAÇÃO DA TIRAGEM E DO CNPJ DO RESPONSÁVEL PELA CONFECÇÃO E DO CONTRATANTE. DESCUMPRIMENTO DO ART. 38, § 1º, DA LEI Nº 9.504-97. IMPOSSIBILIDADE DE APLICAÇÃO DE MULTA. AUSÊNCIA DE PREVISÃO LEGAL. REDUÇÃO DOS VALORES FIXADOS COMO ASTREINTES. PROVIMENTO PARCIAL DO RECURSO.

1 - Não há previsão legal de multa para o caso de distribuição de material de campanha sem o CNPJ ou CPF do responsável pela confecção, bem como do contratante, e a respectiva tiragem, em descumprimento ao que estatui o art. 38, § 1º da Lei 9.504/97.

2 - Impossibilidade de aplicação analógica do art. 36, § 3º, da Lei nº 9.504/97 para que seja fixada sanção pecuniária, uma vez que não se pode aplicar multa sem que exista previsão legal específica que a estabeleça, conforme preceitua o princípio da legalidade, a teor do art. 5º, XXXIX, da Constituição Federal.

3 - Apesar do descabimento da multa, correta a sentença recorrida ao fixar prazo para saneamento da irregularidade constatada, sob pena de imposição de astreintes, o que se legitima diante da finalidade de preservação do processo eleitoral e de garantia da igualdade de chances entre candidatos.

4 - Uma vez finalizada a votação, cessa a razão de ser da medida coercitiva, ante a desnecessidade e inutilidade da determinação judicial com os fins colimados (tutela das eleições e da igualdade de condições entre os candidatos).

5 - Com isso, de ofício, faz-se necessária a readequação da multa cominatória, fixando o dia do pleito eleitoral suplementar como o termo final para o cômputo das astreintes, conforme autorização contida no art. 537, § 1º, I, do CPC. PROVIMENTO PARCIAL DO RECURSO para afastar a penalidade de multa imposta em razão do descumprimento do art. 38, § 1º, da Lei nº 9504/97. Termo final para a incidência das astreintes fixado como o dia do pleito, a ensejar o recolhimento de um débito consolidado no valor de R\$ 8.000,00.

(TRE-RJ - RE: 6520 PARATY - RJ, Relator: CLÁUDIO BRANDÃO DE OLIVEIRA, Data de Julgamento: 17/12/2019, Data de Publicação: DJERJ -



ELEIÇÃO SUPLEMENTAR DE TIANGUÁ. RECURSO ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR. ADESIVOS. AUSÊNCIA DE INFORMAÇÕES. CNPJ OU CPF DO RESPONSÁVEL. MULTA. AUSÊNCIA DE PREVISÃO LEGAL. RECURSO CONHECIDO E PROVIDO. SENTENÇA REFORMADA.

1. Trata-se de recurso eleitoral, na eleição suplementar de Tianguá realizada em 03/06/2018, interposto em face da sentença do juízo da 81ª Zona Eleitoral, que julgou procedente representação por propaganda eleitoral irregular, consistente em "adesivos colados nos vidros traseiros de veículos particulares [...] desprovidos do número do CNPJ ou do CPF de quem os confeccionou, bem como de quem os contratou e a respectiva tiragem" (art. 38, § 1º, da Lei nº 9.504/1997 e art. 16, § 1º, da Resolução TSE nº 23.457/2015). Desse modo, condenou cada representado ao pagamento de multa de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) - art. 36, § 3º, da Lei das Eleições.

2. Embora a legislação eleitoral determine a indicação do CNPJ ou CPF do responsável pela confecção, bem como de quem a contratou, e a respectiva tiragem de "todo material impresso de campanha eleitoral" (Lei nº 9.504/1997, art. 38, § 1º), não foi estabelecida sanção para quem não atenda essa exigência. Assim, ainda que se verifique a ausência dessas informações na propaganda eleitoral, não há previsão legal para o pagamento pelos representados da multa imposta pelo art. 36, § 3º, da Lei das Eleições.

3. Nesse caso, pode o julgador adotar outras medidas com o fim de inibir práticas ilegais, assegurando a observância à legislação eleitoral, a efetividade da tutela jurisdicional, a lisura e a igualdade no pleito, tais como: determinar a regularização da propaganda, **ordenar o recolhimento do material de campanha irregular e fixar multa coercitiva para efetivar a determinação judicial (astreintes), com fundamento nos arts. 536 e 537 do CPC/2015.**

4. A Resolução TSE nº 23.457/2015 prevê ainda que o infrator pode responder "pelo emprego de processo de propaganda vedada e, se for o caso, pelo abuso do poder", reportando-se ao art. 22 da Lei Complementar nº 64/1990, circunstância qualificada da qual não se cogitou nos autos.

5. Recurso conhecido e provido. Sentença reformada.

(TRE-CE - RE: 7756 TIANGUÁ - CE, Relator: ALCIDES SALDANHA LIMA, Data de Julgamento: 11/10/2018, Data de Publicação: DJE - Diário de Justiça Eletrônico, Tomo 209, Data 16/10/2018, Página 06)



1.3. Crime de desobediência

A jurisprudência pátria há muito fixou o entendimento de que o crime de desobediência não se presta à função de sanção subsidiária, como forma de suprir a omissão do legislador, que optou por não prescrever punição para todas as infrações cometidas no exercício da propaganda eleitoral. Antes de mais nada, vejamos a letra do citado tipo penal, inserto no Código Eleitoral:



Art. 347. Recusar alguém cumprimento ou obediência a diligências, ordens ou instruções da Justiça Eleitoral ou opor embaraços à sua execução:

Pena - detenção de três meses a um ano e pagamento de 10 a 20 dias-multa.

Para a configuração do crime de desobediência, devem, no entanto, ser observados os seguintes pressupostos:

a) Necessidade de **ordem direta e individualizada**, com detalhes precisos da conduta positiva ou negativa a ser adotada pelo infrator. Não se pode, por exemplo, emitir ordem geral, dirigida a todos os candidatos registrados, para que não cometam irregularidades na propaganda eleitoral, sob pena de incidência nas penas do crime de desobediência. Como se pontuou, a determinação deve ser direta e individualizada, como, por exemplo, a ordem para remoção de pintura em muro localizada no endereço “X”, no prazo de 48 h (quarenta e oito horas), sob pena de o notificando incorrer no crime de desobediência.

b) **Não cumulatividade com astreintes**, ou seja, se já existe aplicação de multa diária, resta afastada a condenação do infrator pelo crime de desobediência, uma vez que não se permite cumular sanções civis e criminais. No entanto, tal regra comporta uma exceção, qual seja, quando a própria legislação prevê expressamente a possibilidade de cumulação, como, por exemplo, no caso do art. 57-D, § 3º, da Lei nº 9.504/97, que reza: “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”.

No azo, seguem alguns excertos jurisprudenciais sobre a matéria:

RECURSO ESPECIAL ELEITORAL Nº 59-76.2018.6.19.0112
ELEIÇÕES 2018. RECURSO ESPECIAL. REPRESENTAÇÃO.
PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR. BANDEIRAS E ADESIVO
AFIXADO EM BEM DE NATUREZA PARTICULAR. IRREGULARIDADE
CARACTERIZADA. ALTERAÇÃO DO § 2º DO ART. 37 DA LEI Nº 9.504/97.
SANÇÃO PECUNIÁRIA. AUSÊNCIA DE PREVISÃO LEGAL. NORMA
IMPERFECTAE. PRECEDENTE. MULTA AFASTADA. PROVIMENTO.
[...]

1. De acordo com o art. 37, § 2º, da lei nº 9.504/97, com a redação que lhe foi conferida pela Lei 13.488/2017, não é permitida a veiculação de material de propaganda eleitoral em bens públicos ou particulares, com exceção de (i) bandeiras ao longo das vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos; (ii) adesivo plástico em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, desde que não exceda a 0,5 m.

[...]

22. Vale dizer, no caso da ocorrência de uma propaganda eleitoral irregular em bens particulares, torna-se lícito que qualquer dos legitimados promova o ajuizamento de uma representação postulando ao magistrado uma determinação judicial para o imediato cessamento da irregularidade, **sob pena de, não cumprida a decisão no prazo fixado, imposição de astreintes ao infrator ou, ainda, em caráter subsidiário, o sancionamento por crime de desobediência (art. 347 do CE).**

[...]

Ante o exposto, dou provimento ao recurso especial, com base no art. 36, § 7º, do Regimento Interno do Tribunal Superior Eleitoral, para reformar o acórdão regional e afastar a multa aplicada ao recorrente. Publique-se. Brasília, 19 de setembro de 2019. Ministro Tarcisio Vieira de Carvalho Neto Relator (Publicação no DJE –TSE em 23.09.2019 p.23-25)

0000128-61.2015.6.19.0000 RHC - Recurso em Habeas Corpus nº 12861 - RIO DE JANEIRO - RJ

Acórdão de 01/12/2015

Relator(a) Min. Henrique Neves Da Silva

Publicação:

DJE - Diário de justiça eletrônico, Data 04/02/2016 p.121

Ementa:

NOTÍCIA-CRIME. CRIME DE DESOBEDIÊNCIA. ART. 347 DO CÓDIGO ELEITORAL. ORDEM JUDICIAL. AUSÊNCIA. NÃO CONFIGURAÇÃO.

1. A jurisprudência é firme no sentido de que, para a caracterização do crime de desobediência eleitoral, "exige-se o descumprimento de ordem judicial direta e individualizada" (RHC nº 1547-11, rel. Min. Laurita Vaz, DJE de 11.10.2013). No mesmo sentido: Habeas Corpus nº 130882, relª. Min. Cármen Lúcia, DJE de 10.11.2011; STF: Inquérito nº 2004, rel. Min. Sepúlveda Pertence, DJ de 28.10.2004.

2. Por não ter havido decisão judicial direta e específica da autoridade judicial e por se ter averiguado apenas que o paciente não acolheu determinação do chefe de cartório para que o acompanhasse à sede da zona eleitoral, em face da prática de propaganda eleitoral vedada no art. 39, § 3º, III, da Lei das Eleições (condução de veículo a menos de 200 metros de escola), não há falar na configuração do delito do art. 347 do Código Eleitoral.

Recurso

ordinário

provido.

Decisão:

O Tribunal, por unanimidade, proveu o recurso, nos termos do voto do Relator.

2. Controle jurisdicional - ações eleitorais

Trata-se do exercício da jurisdição eleitoral, ou seja, da competência para processar e julgar as ações judiciais eleitorais, que, no caso específico da propaganda eleitoral, são basicamente as representações, reclamações e pedidos de direito de resposta, embora os abusos eventualmente cometidos possam render ensejo a outras ações eleitorais, como adverte o art. 10, § 3º, da Resolução TSE nº 23.610/19.

Referido normativo, em seu art. 107, estabelece que a representação relativa à propaganda irregular deve ser instruída na forma da resolução que disciplina o processamento das representações, reclamações e pedidos de direito de resposta, qual seja, a Resolução TSE nº 23.608/19, que disciplina pormenorizadamente o processamento das referidas ações.

O supracitado dispositivo define também a questão da configuração da responsabilidade no âmbito das representações:

Art.107

§ 1º A responsabilidade do candidato estará demonstrada se esse, intimado da existência da propaganda irregular, não providenciar, no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, sua retirada ou regularização e, ainda, se as circunstâncias e as peculiaridades do caso específico revelarem a impossibilidade de o beneficiário não ter tido conhecimento da propaganda (Lei nº 9.504/1997, art. 40-B, parágrafo único).

§ 2º A notificação de que trata o § 1º deste artigo poderá ser realizada por candidato, partido político, coligação, Ministério Público ou pela Justiça Eleitoral, por meio de comunicação feita diretamente ao responsável ou beneficiário da propaganda, com prova de recebimento, devendo dela constar a precisa identificação da propaganda apontada como irregular.

§ 3º Para os fins do disposto neste artigo, serão utilizados os meios de notificação informados no Requerimento de Registro de Candidatura (RRC) e no Demonstrativo de Regularidade dos Atos Partidários (DRAP).



No que concerne à disciplina legal das representações e reclamações, a matéria rege-se, ainda, pelo disposto no art. 96 da Lei nº 9.504/97. Por outro lado, o direito de resposta encontra-se regulado pelo art. 58 do mesmo normativo.

Nas Eleições Municipais, a competência para apreciação das representações, reclamações e pedidos de direito de resposta é dos juízes eleitorais, devendo ser observada, no caso dos municípios com mais de uma zona, a designação efetuada pelos

tribunais regionais eleitorais. No caso do TRE-CE, tal designação, para as Eleições 2020, consta das Resoluções nº 755 e nº 756 de 2019.

Convém salientar, por fim, que algumas infrações às normas que disciplinam a propaganda eleitoral podem ter repercussão penal. A Resolução TSE nº 23.610/19 dedica um capítulo específico à matéria, intitulado “Disposições penais relativas à propaganda eleitoral”. Nele, encontramos os tipos penais próprios do dia das eleições, como o crime de boca de urna, por exemplo, além de outros crimes, como o crime de divulgação de fatos inverídicos, os crimes contra a honra na propaganda eleitoral, entre outros.

Assim, chegamos ao final deste módulo e do nosso curso.



Esperamos ter contribuído para aprofundar seus conhecimentos sobre a matéria, bem como para atualizá-lo acerca de algumas questões que foram objeto de alteração normativa para as eleições vindouras.

Recomendamos, ainda, a leitura atenta do Provimento CRE-CE que trata das rotinas relativas ao exercício do poder de polícia, apresentando, em detalhes, o procedimento a ser adotado pelas zonas eleitorais, bem como do Manual de Propaganda Eleitoral e Poder de Polícia.

E para enriquecer ainda mais esta experiência de aprendizagem, disponibilizamos abaixo as *lives* promovidas pela EJE do TRE/CE sobre o tema “Propaganda Eleitoral”.

Uma ótima eleição a todos e contem com o apoio da equipe da Corregedoria Regional Eleitoral do Ceará!

Live 1: <https://youtu.be/sPcg9TJi0As>

Live 2: <https://youtu.be/DmPx9V1ODyM>