

Aula 10

TSE - Concurso Unificado (Analista Judiciário - Área Administrativa) Direito Eleitoral - 2023 (Pré-Edital)

Autor:
Ricardo Torques

Sumário

| | |
|--|----|
| Propaganda Política | 5 |
| 1 - Introdução | 5 |
| 2 - Classificação | 6 |
| 3 - Fundamentos..... | 8 |
| 4 - Princípios | 10 |
| Propaganda Intrapartidária..... | 11 |
| Noções Gerais | 12 |
| Propaganda Eleitoral Antecipada..... | 14 |
| 1 - Hipóteses que não constituem propaganda eleitoral antecipada | 16 |
| 2 - Hipóteses que constituem propaganda eleitoral antecipada | 20 |
| Propaganda Intrapartidária e Partidária | 21 |
| Multa..... | 27 |
| Divulgação obrigatória de Vices e Suplentes..... | 28 |
| Representação contra a Propaganda Irregular | 28 |
| Propagandas | 31 |
| 1 - Forma de realização e de identificação da propaganda..... | 31 |
| 1.1 - Material Impresso..... | 33 |
| 1.2 - Adesivo..... | 34 |
| Propaganda Eleitoral Vedada | 35 |
| Limites espaciais da propaganda | 36 |
| 1 - Locais Públicos e de Acesso Geral | 36 |
| 2 - Locais Privados..... | 41 |

| | |
|--|----|
| 3 - Multa | 44 |
| Atos de propaganda eleitoral em ambientes públicos ou privados..... | 44 |
| 1 - Atos públicos | 44 |
| 2 - Alto-falantes e Amplificadores de Som | 47 |
| 2.1 - Comícios | 49 |
| 2.2 - Showmício..... | 50 |
| Outdoors..... | 51 |
| Brindes | 52 |
| Trio Elétrico | 53 |
| Carros de som e minitrios..... | 53 |
| Limite de horário para a propaganda eleitoral nas vésperas das eleições | 54 |
| Propaganda eleitoral no dia das eleições | 55 |
| 1 - Hipóteses de Crime Eleitoral | 55 |
| 2 - Manifestação Individual e Silenciosa | 58 |
| Poder de Polícia versus Propaganda Eleitoral | 60 |
| Captação Ilícita de Sufrágio | 62 |
| Propaganda Eleitoral em Mídia Impressa ou Digital..... | 63 |
| Propaganda no Rádio e na Televisão | 66 |
| 1 - Introdução | 66 |
| 2 - Vedações às emissoras de rádio e de TV após 05 de agosto de ano eleitoral..... | 67 |
| 3 - Debates..... | 71 |
| Distribuição de Horários | 75 |
| 1 - Propaganda Eleitoral em Bloco | 76 |
| 2 - Propaganda Eleitoral em Inserções..... | 87 |

| | |
|--|-----|
| 3 - Plano de Mídia..... | 92 |
| Propaganda Eleitoral na Internet | 98 |
| 1 - Usuários falsos..... | 101 |
| 2 - Vedação à utilização da internet para alterar o teor da repercussão de propaganda eleitoral..... | 101 |
| 3 - Sanções ao provedor de aplicação da internet | 102 |
| 4 - Sanções | 102 |
| 5 - Impulsionamento de postagens na internet | 103 |
| Direito de Resposta..... | 111 |
| Legislação Destacada..... | 118 |
| Resumo | 129 |
| Propaganda Política | 129 |
| Propaganda Intrapartidária..... | 130 |
| Propaganda Eleitoral Antecipada..... | 131 |
| Propaganda partidária | 131 |
| Multas por irregularidades na propaganda política..... | 132 |
| Representação por propaganda ilícita | 132 |
| Propaganda Eleitoral | 132 |
| Limites espaciais da propaganda..... | 134 |
| Regras específicas de propagandas | 135 |
| Propaganda eleitoral em mídia impressa ou digital | 138 |
| Propaganda no rádio e na TV..... | 138 |
| Propaganda Eleitoral na Internet | 143 |
| Direito de Resposta..... | 145 |
| Considerações Finais | 146 |

| | |
|---------------------------|-----|
| Questões Comentadas | 147 |
| FCC | 147 |
| VUNESP..... | 199 |
| Lista de Questões..... | 216 |
| FCC | 216 |
| VUNESP..... | 232 |
| Gabarito..... | 238 |

PROPAGANDA ELEITORAL

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Na aula de hoje iremos tratar de um dos assuntos mais cobrados em provas de concurso público: a propaganda eleitoral.

As regras da propaganda eleitoral estão previstas, essencialmente, na Lei nº 9.504/95, a Lei das Eleições. Trata-se de um tema cheio de detalhes e, por isso, de difícil memorização. Esse assunto foi novamente alterado pela **Reforma de 2017**, por isso, muito atenção!

Iniciaremos nossa aula com uma breve introdução teórica e, na sequência, estudaremos os dispositivos legais.

Boa aula!

PROPAGANDA POLÍTICA

1 - Introdução

A propaganda política é caracterizada pela divulgação dos conceitos ideológicos de partidos políticos e de candidatos, voltada para a obtenção de um cargo público ou para a manutenção do poder estatal. Há transferência de valores entre o partido ou candidato e seus eleitores.

Inicialmente, a fim de que tenhamos uma base conceitual, vamos distinguir a propaganda de publicidade e de *marketing*. A publicidade caracteriza-se pela finalidade econômica e comercial. A publicidade busca “vender o produto”, sem compromisso com a verdade. É o que vemos na propaganda de cigarros, não é mesmo?! Ao contrário da publicidade, a propaganda possui **viés ideológico**, tendo compromisso com a verdade. Infelizmente, nossa propaganda política apresenta-se como publicitária.

Distingue-se, inclusive, a propaganda do *marketing*, termo abrangente que, do mesmo modo, reporta-se ao consumo e ao lucro. O *marketing* caracteriza-se por estudar as diversas atividades comerciais, especialmente no que diz respeito à psicologia do consumidor, com o intuito de vender produtos. Uma das técnicas de *marketing* é a publicidade.

A propaganda constitui um conjunto de técnicas voltadas para propagar uma ideia, uma opinião, uma ideologia.

Dessa forma, o termo correto a se empregar na seara eleitoral é a **propaganda política**, não **marketing político**, nem **publicidade política**.

Nesse contexto, é interessante o art. 242, do CE. Vejamos:

Art. 242. A propaganda, qualquer que seja a 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**.

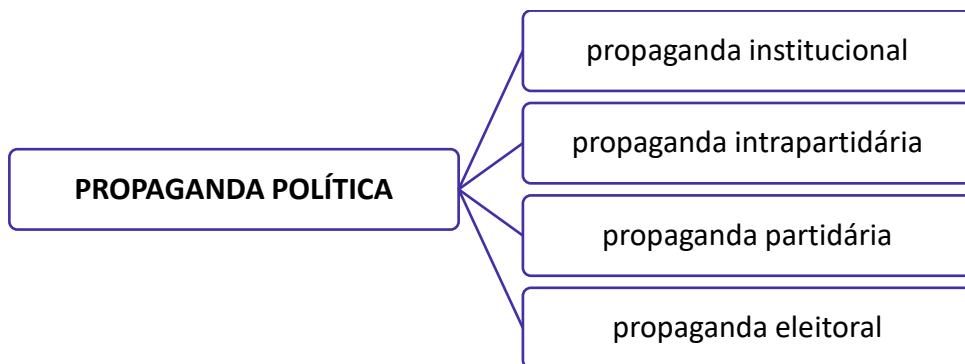
O dispositivo deixa claro que a propaganda eleitoral não é publicidade ou *marketing*.

Para fins de concurso, destaca-se o conceito de João Paulo de Oliveira¹:

A propaganda político-partidária é instituto essencial do Direito Eleitoral, através do qual partidos políticos e candidatos informam ao público seus ideais políticos e propostas de governo, de forma lícita, buscando dentre os cidadãos, encontrar apoio para seus ideais.

Notem que o conceito acima é amplo. Não há menção a questões específicas como questões partidárias, obtenção de voto, divulgação de políticas públicas, por exemplo. O conceito é abrangente e, em razão disso, comporta diversas espécies, entre elas a propaganda eleitoral, que será objeto de estudo na aula de hoje.

2 - Classificação



¹ OLIVEIRA, João Paulo. **Direito Eleitoral**, 2^a edição, rev., ampl. e atual., Bahia: JusPodvim, 2014, p. 145.

Façamos, rapidamente, a distinção entre as espécies acima segundo o entendimento doutrinário.

| | |
|-----------------------------------|--|
| Propaganda Institucional | É a propaganda oficial, feita pela própria administração pública, com o objetivo de divulgar suas ações ² . A propaganda institucional é fundamentada no art. 37, §1º, da CF, marcada pela transparência das ações públicas e pelo princípio da impessoalidade, sem qualquer viés político-partidário, por isso deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social. |
| Propaganda Intrapartidária | A propaganda intrapartidária é aquela realizada por filiado de partido que aspira ser candidato em pleito eletivo ³ . |
| Propaganda Partidária | Consiste a propaganda partidária na divulgação das ideias e do programa do partido. Tem por finalidade facultar-lhe a exposição e o debate público de sua ideologia, de sua história, de sua cosmovisão, de suas metas, dos valores agasalhados, do caminho para que seu programa seja realizado, enfim, de sua doutrina e, pois, de suas propostas para a melhoria ou transformação da sociedade ⁴ . |
| Propaganda Eleitoral | Objeto central de nossos estudos na aula de hoje é conceituada do seguinte modo pela doutrina: A propaganda eleitoral é uma forma de captação de votos usada pelos partidos políticos, coligações ou candidatos, em época determinada por lei, por meio de divulgação de suas propostas, visando à eleição de cargos eletivos ⁵ . |

Aqui podemos fazer um importante link com vedações impostas pelo art. 73 da Lei 9.504/97.

Para evitar abusos vedou-se, nos **três meses** que antecedem o pleito, a propaganda institucional, bem como pronunciamento em cadeia de rádio e televisão pelo mandatário, salvo se a matéria for urgente e relevante (art. 73 VI b e c da LE). Além disso, para proteger o erário público, o art. 73 VII da LE criou limites para os gastos com a propaganda institucional no **primeiro semestre** dos anos eleitorais. Vamos rever as regras:

Art. 73. São proibidas aos agentes públicos, servidores ou não, as seguintes condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos nos pleitos eleitorais:

VI - nos **três meses** que antecedem o pleito:

b) com exceção da propaganda de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado, autorizar **publicidade institucional** dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas

² MARTINIANO, Rodrigo e LINS, Ayres. **Direito Eleitoral Descomplicado**, 2ª edição, rev., ampl. e atual., São Paulo: Editora Ferreira, 2014, p. 487.

³ MARTINIANO, Rodrigo e LINS, Ayres. **Direito Eleitoral Descomplicado**, p. 489.

⁴ GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral**, 10ª edição, rev., atual. e ampl., São Paulo: Editoras Atlas S/A, 2014, p. 386.

⁵ BARROS, Francisco Dirceu, **Direito Eleitoral**, 10 edição, Rio de Janeiro: Editora Renovar, 2011, p. 452.

entidades da administração indireta, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral;

c) **fazer pronunciamento em cadeia de rádio e televisão**, fora do horário eleitoral gratuito, salvo quando, a critério da Justiça Eleitoral, tratar-se de matéria urgente, relevante e característica das funções de governo;

VII - empenhar, no **primeiro semestre** do ano de eleição, despesas com publicidade dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, que excedam a **6 (seis) vezes a média mensal** dos valores empenhados e **não cancelados nos 3 (três) últimos anos** que antecedem o pleito;

A propaganda partidária gratuita, no rádio e na televisão, foi suprimida pelas **Leis nº 13.165/2015** e **nº 13.487/2017**, que revogaram os arts. 45 a 49, 56 e 57 da **Lei dos Partidos Políticos**. A **lei 14.291/2022** trouxe de volta ao ordenamento jurídico a propaganda partidária.

A propaganda política é realizada por vários instrumentos, como o rádio, a televisão, a utilização de painéis, de faixas, de mala direta, de panfletos etc. Destaca-se, atualmente, a propaganda engendrada pelas novas tecnologias de comunicação, notadamente pela internet e pelas redes sociais. A utilização de todos esses instrumentos encontra regramento na legislação eleitoral.

3 - Fundamentos

O direito à utilização da propaganda na área eleitoral é assegurado pelo ordenamento jurídico eleitoral, tendo o acesso gratuito ao rádio e à televisão (direito de antena) previsão constitucional, art. 17 §3º da CF. Trata-se de **espécie de manifestação da liberdade de informação e de expressão**. Isso significa dizer que a todos é assegurada a possibilidade de defender programas, ideais e valores políticos, desde que o façam de acordo com a legislação e, principalmente, sem violar outros direitos e princípios constitucionais.

Segundo José Jairo Gomes⁶:

Nesse quadro, é natural que todo cidadão possua o direito de ser informado acerca da vida política do país, dos governantes, dos negócios públicos, bem como de manifestar sua opinião.

De todo modo, o exercício da liberdade de expressão por intermédio da propaganda política deve respeitar o direito à intimidade, à honra e à vida privada, bem como não pode afetar a igualdade de chances na disputa eleitoral. Além disso, a propaganda é informada pela transparência, em prol do interesse da coletividade.

Para a sua prova...

⁶ GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral**, p. 383.

FUNDAMENTOS DA PROPAGANDA POLÍTICA

liberdade de informação e de expressão

faculdade de participar da vida política do Estado

E em consequência...

LIMITES DA PROPAGANDA POLÍTICA

- direito à intimidade, à honra e à vida privada
- igualdade de chances na disputa eleitoral
- dever de transparência

Antes de prosseguirmos para a análise dos princípios que informam a propaganda na seara eleitoral, é importante aprofundarmos um pouco essa questão. Vimos acima que a **intimidade, a honra e a vida privada** constituem limites à propaganda política. O político, especialmente o candidato, também deve ter resguardado tais direitos personalíssimos. Contudo, em razão de serem **pessoas públicas**, tal **proteção é mitigada**. Assim, entende-se, por exemplo, perfeitamente factível e legítimo, no processo eleitoral, confrontar um candidato à Presidência da República – tal como ocorreu nas eleições de 2014 durante os debates políticos – acerca de temas controvertidos como aborto, religião, bioética e pena de morte. Além disso, é perfeitamente factível a divulgação de informações pessoais dos candidatos como, por exemplo, a honestidade nas relações privadas, o uso de substâncias entorpecentes, o envolvimento com álcool ou até mesmo condenações criminais e por improbidade.

Nesse contexto, segundo José Jairo Gomes, **o interesse público prevalece sobre o interesse privado**:

Em tais hipóteses, não há dúvida de que o direito à intimidade deve ceder o passo ao interesse público ligado ao regime democrático de direito, já que certas posições e eventuais vícios desqualificam o cidadão para o exercício do mandato público-eletivo, retirando-lhe o decoro, a decência e a legitimidade.⁷

Não há qualquer violação aos direitos de personalidade do político nesses casos, pois é fundamental que o eleitor conheça os candidatos para o exercício consciente do voto, sem vícios, legitimando a representação política.

⁷ GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral**, p. 384.

4 - Princípios

Vejamos, de forma objetiva, os princípios que informam a propaganda política.

ESCLARECENDO!



| | |
|--|---|
| PRINCÍPIO DA LEGALIDADE DA PROPAGANDA | A propaganda política é regulada por lei federal (art. 23, I, da CF), competindo ao TSE editar regulamentações à lei, sem invadir a competência legislativa. |
| PRINCÍPIO DA LIBERDADE DA PROPAGANDA | É livre a realização de qualquer forma de propaganda, em recintos fechados e abertos, sendo desnecessária a obtenção de autorizações da polícia para realizá-las. |
| PRINCÍPIO DA RESPONSABILIDADE DA PROPAGANDA | <p>A propaganda será atribuída, em regra, aos candidatos e aos partidos políticos, pelo que responderão civil, administrativa e criminalmente. Eventualmente poderão ser responsabilizados os veículos de comunicação e o agente de comunicação.</p> <p>É o que se extrai do art. 241, do CE:</p> <div style="border: 1px dashed #000; padding: 10px;"> <p>Art. 241. Toda propaganda eleitoral será realizada sob a responsabilidade dos partidos e por eles paga, imputando-se-lhes solidariedade nos excessos praticados pelos seus candidatos e adeptos.</p> <p>Parágrafo único. A solidariedade prevista neste artigo é restrita aos candidatos e aos respectivos partidos, não alcançando outros partidos, mesmo quando integrantes de uma mesma coligação.</p> </div> |
| PRINCÍPIO IGUALITÁRIO DA PROPAGANDA | <p>Todos os envolvidos no processo eleitoral – candidatos, partidos e coligações – devem possuir igualdade de oportunidades na divulgação de propaganda.</p> <p>Evidentemente que tal igualdade é formal, uma vez que existem regras que viabilizam mais ou menos tempo do direito de arena em razão da representatividade do partido político. Ademais, o poder da propaganda é ditado diretamente pelo poder econômico do partido.</p> <p>Nesse sentido está o art. 256, <i>caput</i>, do CE:</p> <div style="border: 1px dashed #000; padding: 10px;"> <p>Art. 256. As autoridades administrativas federais, estaduais e municipais proporcionarão aos partidos, em igualdade de</p> </div> |

| | |
|---------------------------------------|--|
| | condições, as facilidades permitidas para a respectiva propaganda. |
| PRINCÍPIO DO CONTROLE JUDICIAL | À Justiça Eleitoral compete o controle da aplicação da legislação eleitoral relativa à propaganda, que será exercido, inclusive, por intermédio do poder de polícia. |

Vimos, assim, os conceitos gerais a respeito da propaganda política. Vamos, na sequência, adentrar de modo específico no estudo da propaganda eleitoral. Antes, entretanto, estudaremos, de forma objetiva, a propaganda intrapartidária.

PROPAGANDA INTRAPARTIDÁRIA

Entre as modalidades de propaganda política está a intrapartidária, disciplinada no §1º, do art. 36, da LE:

§ 1º Ao postulante a candidatura a cargo eletivo é permitida a realização, **NA QUINZENA ANTERIOR À ESCOLHA PELO PARTIDO**, de **propaganda intrapartidária** com vista à indicação de seu nome, **VEDADO** o uso de **rádio, televisão e outdoor**.

Como já estudamos anteriormente, a **convenção** é o procedimento que decidirá quais candidatos concorrerão aos cargos disponíveis no pleito eleitoral. Quando não há consenso quanto a escolha desses candidatos haverá uma votação entre os convencionais e por isso a legislação permite a propaganda intrapartidária. Essa propaganda não se dirige aos eleitores, mas aos **filiados do partido político que participarão das Convenções (convencionais)**. Lembre-se de que entre 20 de julho e 05 de agosto, os partidos políticos devem escolher seus candidatos. Assim, a partir do momento em que for fixada a data da Convenção, nos 15 dias anteriores, os filiados que pretendem se lançar candidatos poderão fazer a propaganda intrapartidária.



Convenções
entre 20 de julho e 05 de agosto

PROPAGANDA INTRAPARTIDÁRIA

15 dias antes das Convenções

Por exemplo, se as Convenções forem marcadas para o dia 25 de julho, o pretenso candidato poderá fazer propaganda intrapartidária entre os dias 10 a 25 de julho.



Além disso...



É importante frisar que a propaganda intrapartidária é destinada exclusivamente aos convencionais, caso seja dirigida aos eleitores, sujeitará o responsável à multa prevista no art. 36, §3º, da LE. Como iremos estudar esse dispositivo de forma minuciosa adiante, vamos apenas citá-lo aqui:

§ 3º A violação do disposto neste artigo sujeitará o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado o seu prévio conhecimento, o beneficiário à multa no valor de **R\$ 5.000,00 (CINCO MIL REAIS) A R\$ 25.000,00 (VINTE E CINCO MIL REAIS)**, ou ao equivalente ao custo da propaganda, se este for maior.

Posiciona-se o TSE⁸ no sentido de que a propaganda intrapartidária veiculada em período anterior ao legalmente permitido e dirigida a toda a comunidade, e não apenas a seus filiados, configura propaganda eleitoral extemporânea e acarreta aplicação de multa.

Quanto à propaganda intrapartidária, é o suficiente! Vamos à propaganda eleitoral.

Noções Gerais

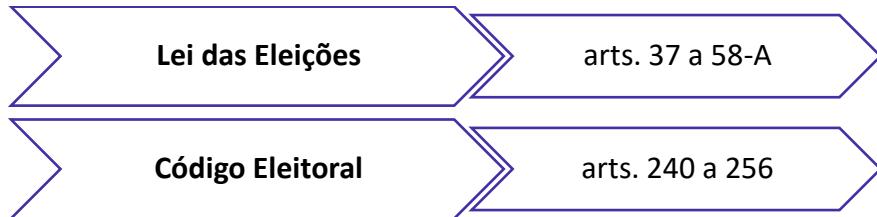
Já vimos o conceito de propaganda eleitoral que remete à ideia de **ações voltadas para o convencimento do eleitor**. Segundo José Jairo Gomes⁹:

⁸ REspe nº 43.736/2011.

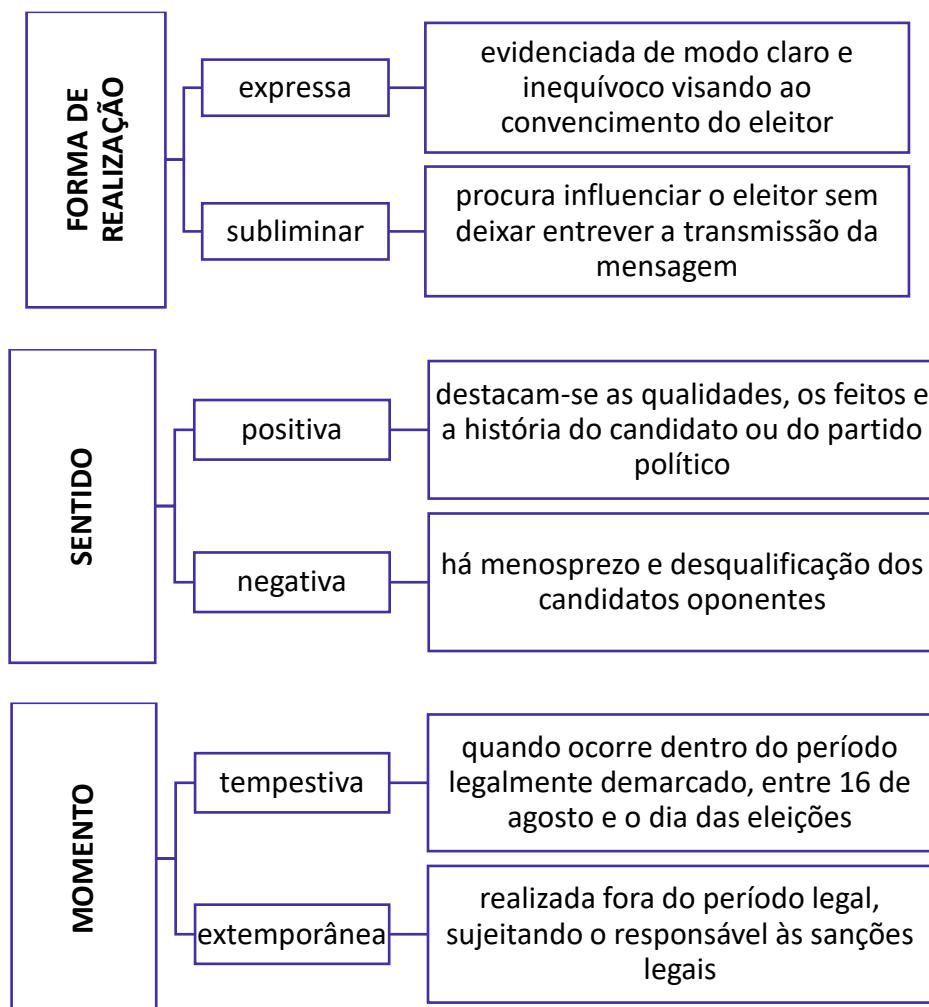
⁹ GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral**, p. 393.

Denomina-se propaganda eleitoral a elaborada por partidos políticos e candidatos com a finalidade de captar votos do eleitorado para investidura em cargo público-eletivo.

A propaganda eleitoral vem disciplinada na **Lei das Eleições** e no **Código Eleitoral**.



A propaganda eleitoral é classificada pela forma de realização, pelo sentido e pelo momento em que é levada a efeito.



Vimos, assim, as noções gerais acerca da propaganda eleitoral. Na sequência, vamos adentrar definitivamente nos dispositivos da legislação, cuja importância é central para a nossa prova.

PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA

A propaganda eleitoral é permitida apenas durante o período eleitoral. De acordo com a Lei das Eleições, permite-se a propaganda após o dia 15.08. Assim, **a propaganda eleitoral poderá ser desenvolvida a partir do dia 16/8**. Para facilitar a memorização, basta lembrar que o registro dos candidatos deverá ser efetuado até as 19 horas do dia 15 de agosto. No dia seguinte começa a “corrida eleitoral”, permitindo-se a propaganda. E até quando poderá ser feita a propaganda eleitoral?

Essa resposta vai depender do tipo de propaganda, mas o limite para a propaganda ostensiva é a véspera da eleição. No dia poderá haver apenas a manifestação individual e silenciosa do próprio eleitor.



Vejamos uma linha do tempo...

| REGISTRO DE CANDIDATURA | PERÍODO ELEITORAL | eleições |
|--|-------------------------------------|--|
| até as 19h do dia 15.08 | | 1º domingo de outubro * ou último, se houver 2º turno |
| propaganda eleitoral antecipada | propaganda eleitoral regular | propaganda eleitoral extemporânea |

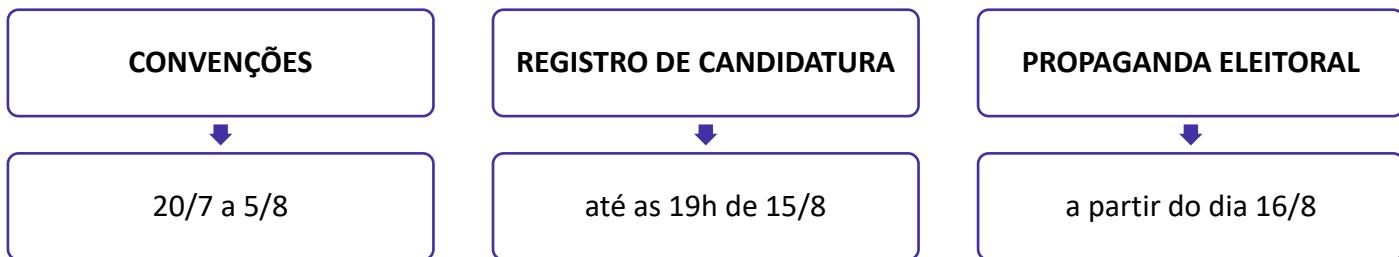
É o que se extrai do art. 36, da LE:

Art. 36. A propaganda eleitoral somente é permitida **APÓS O DIA 15 DE AGOSTO** do ano da eleição.

Em mesmo sentido, prevê o art. 240, do CE:

Art. 240. A propaganda de candidatos a cargos eletivos somente é permitida **APÓS O DIA 15 DE AGOSTO** do ano da eleição.

Pessoal, como já referido, a legislação eleitoral sofreu diversas alterações. A **Lei nº 13.165/2015** trouxe diversas alterações nos prazos previstos no ano eleitoral. Assim, para facilitar a memorização, vamos destacar os prazos relacionados à propaganda:



É importante registrar que a lei eleitoral não determinou a partir de que data poderá haver antecipação de propaganda eleitoral. A jurisprudência do TSE também não é sólida em relação a esse prazo havendo divergência nos julgados. Vejamos alguns posicionamentos:

1º posicionamento do TSE

FORA DO PERÍODO ELEITORAL (fora do período compreendido entre 16 de agosto e a véspera das eleições) a propaganda eleitoral não é permitida. Nesse sentido, de acordo com a jurisprudência do TSE, *a configuração de propaganda eleitoral antecipada independe da distância temporal entre o ato impugnado e a data das eleições ou das convenções partidárias de escolha dos candidatos¹⁰.*

2º posicionamento do TSE

Configura propaganda eleitoral antecipada qualquer manifestação que, **PREVIAMENTE AOS TRÊS MESES ANTERIORES AO PLEITO E FORA DAS EXCEÇÕES PREVISTAS NO ART. 36-A**, leve ao conhecimento geral, ainda que de forma dissimulada, a candidatura, mesmo que somente postulada, a ação política que se pretende desenvolver ou as razões que levem a inferir que o beneficiário seja o mais apto para a função pública.

3º posicionamento doutrinário (José Jairo Gomes¹¹)

Mês de janeiro do ano eleitoral:

É certamente mais razoável a interpretação que fixa o termo “a quo” no mês de janeiro do ano das eleições. Antes desse marco, o recuo do tempo em relação ao início do processo

¹⁰ Rp nº 1.406/2010.

¹¹ GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral**, p. 399.

eleitoral (sobretudo em relação ao dia do pleito) enseja a diluição de eventual influência que a comunicação possa exercer na disputa, de modo a desequilibrá-la.

E qual o posicionamento que devemos levar para a prova?

Não há uma resposta única. A melhor saída é levar para prova o entendimento legal, ou seja, *tudo o que for fora do período eleitoral deve ser considerado como propaganda eleitoral extemporânea*.

Devemos saber que com as recentes reformas, principalmente com a entrada em vigor do art. 36-A e 36-B da LE, a propaganda antecipada ou extemporânea sofreu profundas transformações tendo sua incidência muito mitigada. Veja parte de recente decisão do TSE¹² corroborando o afirmado:

Eleições 2016. AGRAVOS REGIMENTAIS. RECURSO ESPECIAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. ART. 36-A DA LEI NO 9.504/97. PEDIDO EXPLICITO DE VOTOS. AUSÊNCIA. SÚMULA NO 30/TSE. INCIDENCIA. DESPROVIMENTO.

1. A veiculação de expressões e frases com clara intenção de promover a reeleição de candidato, mas sem pedido explícito de votos, não encontra vedação na norma. Precedente.
2. Este Tribunal Superior, em julgamento recente, assentou que, "com o advento da Lei 13.165/2015 e a consequente alteração sucedida no âmbito do art. 36-A da Lei das Eleições, bem como até mesmo já considerando a evolução jurisprudencial do tema, a configuração da infração ao art. 36 da Lei 9.504/97, em face de fatos relacionados a propaganda tida por implícita, ficou substancialmente mitigada, ante a vedação apenas ao pedido explícito de votos e com permissão da menção a pré-candidatura, exposição de qualidades pessoais e até mesmo alusão a plataforma e projetos políticos (art. 36-A, I)." (AgR-REspe nº 85-18/SP, Rel. Min. Admar Gonzaga, julgado em 3.8.2017).

Vamos estudar as mudanças implementadas pela reforma!!!

1 - Hipóteses que não constituem propaganda eleitoral antecipada

O art. 36-A, da LE, elenca uma série de hipóteses que *não são consideradas como propaganda eleitoral antecipada*. Vejamos cada uma das hipóteses, juntamente com entendimentos jurisprudenciais relevantes.

¹² AGRAVO REGIMENTAL NO REspe ELEITORAL N O 25-64.2016.6.16.0174, Min. Rel. Tarcísio Vieira de Carvalho Neto, Tribunal Pleno, Publicado em sessão de 07/02/2019.

Atenção a esse dispositivo, pois além de recorrente em provas, como já dito ele sofreu importantes alterações pela **Lei nº 13.165/2015**. Ao final, montaremos um esquema para facilitar a memorização.

Para que os atos arrolados nos incisos do art. 36-A, da LE, não sejam considerados como propaganda eleitoral antecipada, eles **NÃO PODERÃO CONTER PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTOS**. Assim, é admissível que haja referência à pretensa candidatura ou até mesmo a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos. O que não pode ocorrer é o pedido explícito de votos.

Além disso, o art. 36-A, da Lei nº 9.504/1997, prevê algumas situações que não se enquadram como propaganda eleitoral antecipada, de modo que podem ser praticadas regularmente.

Vejamos os dispositivos:

Art. 36-A. *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:

I – 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**;

Vejamos, a título ilustrativo, alguns posicionamentos do TSE:

↳ Propaganda institucional que veicule discurso de pré-candidatos sem pedido de votos não configura propaganda eleitoral antecipada¹³.

↳ Não caracteriza propaganda extemporânea entrevista concedida a órgão de imprensa, com manifesto teor jornalístico, inserida em contexto de debate político¹⁴.

↳ Entrevista de natureza jornalística com político de realce no estado não caracteriza propaganda eleitoral antecipada, especialmente quando a mesma emissora realiza programas semelhantes com diversos políticos, demonstrando tratamento isonômico¹⁵.

↳ Possibilidade de realização, em qualquer época, de debate na Internet, com transmissão ao vivo, sem a condição imposta ao rádio e à televisão de tratamento isonômico entre os candidatos¹⁶. Sigamos!

¹³ AgR-REspe nº 394.274/2012.

¹⁴ R-Rp nº 165552/10

¹⁵ R-Rp nº 134631/10

¹⁶ Cta nº 79636, 16/06/2010

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

As reuniões partidárias têm como objetivo desenvolver os programas eleitorais e os projetos políticos. Caso haja exteriorização explícita de pedidos de votos restará configurada a propaganda ilícita.

Vejam algumas decisões do TSE a respeito dessa questão:

- ↳ Realização de audiências públicas para a discussão de questões de interesse da população não configura propaganda eleitoral antecipada, caso não haja pedido de votos ou referência à eleição¹⁷.
- ↳ Discurso realizado em encontro partidário, em ambiente fechado, no qual filiado manifesta apoio à candidatura de outro não caracteriza propaganda eleitoral antecipada; a sua **posterior divulgação pela Internet**, contudo, **extrapola os limites da exceção** prevista neste inciso, respondendo pela divulgação do discurso proferido no âmbito intrapartidário o provedor de conteúdo da página da Internet¹⁸.

Vejamos a terceira hipótese de ato que não configura propaganda eleitoral antecipada:

III - 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;

De acordo com José Jairo Gomes¹⁹:

Denominam-se prévias partidárias ou eleitorais as deliberações promovidas pelo partido político antes da convenção com a finalidade de antecipar a definição do candidato que irá disputar as eleições.

Portanto, as tais deliberações prévias, ainda que divulgadas, não constituem propaganda eleitoral antecipada.

Ainda em relação às prévias partidárias, a LE veda que elas sejam transmitidas ao vivo por emissoras de rádio ou de televisão. É o que consta do §1º, do art. 36-A, da LE:

¹⁷ REspe nº 1.034/2014.

¹⁸ R-Rp nº 259954/2010

¹⁹ GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral**, p. 272.

§ 1º É **VEDADA** a transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão das prévias partidárias, sem prejuízo da cobertura dos meios de comunicação social.

Sigamos:

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

V - a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais; (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)

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

Em razão da possibilidade de arrecadação prévia de recursos a partir do dia 15/5 do ano eleitoral, o art. 36-A, da Lei das Eleições, foi alterado para prever que **NÃO configura propaganda eleitoral antecipada a realização de campanha de arrecadação prévia de recursos** (vaquinha online ou crowdfunding). Trata-se de novo dispositivo acrescido pela **Lei nº 13.488/2017**.

Confira:

Art. 36-A. **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:

VII - campanha de arrecadação prévia de recursos na modalidade prevista no inciso IV do § 4º do art. 23 desta Lei. (Incluído dada pela Lei nº 13.488, de 2017).

Vamos em frente!



Pessoal, esse assunto é muito importante para a nossa prova, especialmente porque ele foi reformulado com a Lei nº 12.891/2013 e sofreu algumas alterações pela Lei nº 13.165/2015, o que indica provável cobrança em prova. Portanto, memorizem essas hipóteses.

NÃO CONFIGURA PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA, DESDE QUE NÃO CONTENHA PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTOS:

- REFERÊNCIA À PRETENSA CANDIDATURA
- EXALTAÇÃO DAS QUALIDADES PESSOAIS DOS PRÉ-CANDIDATOS.
- Participação em entrevistas e em programas nos meios de comunicação de massa, desde que o tratamento conferido seja isonômico.
- Encontros, seminários e congressos em ambientes fechados, realizados pelos partidos para discutir políticas públicas, processos eleitorais, planos e governos, alianças voltadas para as eleições.
- Prévias partidárias e distribuição de material, nomes dos filiados que participarão da disputa ou debates entre pré-candidatos.
- Divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos
- Manifestação e posicionamento pessoal sobre questões políticas.
- Realização de reuniões pela sociedade civil, pela imprensa ou pelo partido para divulgação de ideias, de objetivos e de propostas.
- a realização de campanha de arrecadação prévia de recursos (vaquinha online ou crowdfunding).

O §1º trata das prévias partidárias, nós já tratamos dele acima. O §2º, do art. 36-A, por sua vez, reporta-se ao fato de que, das hipóteses acima, permite-se o pedido de apoio político e a divulgação de pré-candidaturas ou de ações políticas. O que não é possível é o pedido explícito de votos ao candidato.

Notem:

§ 2º Nas hipóteses dos incisos I a VI do caput, são permitidos o **pedido de apoio político** e a **divulgação da pré-candidatura**, das **ações políticas** desenvolvidas e das que se pretende desenvolver.

Por fim, vejamos a redação do §3º, que **NÃO** permite pedido de apoio político, de divulgação de pré-candidatura e de ações de política por profissionais de comunicação social no exercício de sua profissão. Os pretendentes candidatos que atuam no rádio e na TV devem se afastar de seus programas para não configurar violação às regras que vedam a propaganda eleitoral antecipada.

§ 3º O disposto no § 2º não se aplica aos profissionais de comunicação social no exercício da profissão.

2 - Hipóteses que constituem propaganda eleitoral antecipada

Ao lado dos exemplos trazidos pela lei de situações que não constituem propaganda eleitoral antecipada (art. 36-A), a Lei nº 12.891/2013 acrescentou o dispositivo abaixo, elencando hipótese de propaganda eleitoral antecipada.

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.

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.

Tanto o Presidente da República como os Presidentes das Casas do Congresso Nacional e o Presidente do STF podem convocar as emissoras para divulgação de informações relevantes. Em tais casos, apenas **a bandeira, o hino, as armas e o selo nacionais**, podem ser utilizados sendo vedada, portanto, a utilização de outros símbolos ou imagens.



Desse modo, se outros símbolos forem utilizados, serão considerados como propaganda antecipada, nos termos do dispositivo estudado.

CONSTITUI PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA



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.

Para finalizar, é importante notar que a definição do que seja, ou não, propaganda eleitoral antecipada depende, na verdade, da finalidade da divulgação. Devemos analisar a situação formulada e avaliar se a finalidade era “eleitoreira”. Em caso positivo, a propaganda é manifestação eleitoral e, se efetuada fora do prazo, sujeita-se às consequências legais. Em caso negativo, constitui ato regular de liberdade de expressão.

PROPAGANDA INTRAPARTIDÁRIA E PARTIDÁRIA

O §1º, do art. 36, já abordado anteriormente retrata a propaganda intrapartidária realizada nos 15 dias que antecedem as Convenções.

A lei 14.291/2022 trouxe de volta ao ordenamento jurídico a propaganda partidária.

O art. 50-A da Lei dos partidos políticos traz algumas regras sobre a propaganda partidária. São vários detalhes que vamos destacar.

A propaganda partidária será gratuita.

Ocorrerá **entre as 19h30 e as 22h30** - em no máximo 10 inserções de 30 segundos divididas proporcionalmente dentro dos intervalos comerciais no decorrer das 3 (três) horas de veiculação. Veja como:

- primeira hora de veiculação, no máximo 3 (três) inserções;
- segunda hora de veiculação, no máximo 3 (três) inserções;
- terceira hora de veiculação, no máximo 4 (quatro) inserções.

As inserções não podem ser exibidas de forma sequenciada, é preciso respeitar um intervalo de **10 minutos** entre cada veiculação.

A Propaganda Partidária será de âmbito nacional e estadual.

- nacionais: nas terças-feiras, quintas-feiras e sábados;
- estaduais: nas segundas-feiras, quartas-feiras e sextas-feiras.

Art. 50-A. A propaganda partidária **gratuita** mediante transmissão no rádio e na televisão será realizada **entre as 19h30** (dezenove horas e trinta minutos) **e as 22h30** (vinte e duas horas e trinta minutos), em **âmbito nacional e estadual**, por iniciativa e sob a responsabilidade dos respectivos órgãos de direção partidária.

§ 1º As transmissões serão em bloco, em cadeia nacional ou estadual, por meio de inserções de **30 (trinta) segundos**, no intervalo da programação normal das emissoras.

§ 2º O órgão partidário respectivo apresentará à Justiça Eleitoral requerimento da fixação das datas de formação das cadeias nacional e estaduais.

§ 3º A **formação das cadeias nacional e estaduais** será autorizada respectivamente pelo Tribunal Superior Eleitoral e pelos Tribunais Regionais Eleitorais, que farão a necessária requisição dos horários às emissoras de rádio e de televisão.

§ 4º A critério do órgão partidário nacional, as inserções em redes nacionais poderão veicular **conteúdo regionalizado**, com comunicação prévia ao Tribunal Superior Eleitoral.

§ 5º Se houver **coincidência de data**, a Justiça Eleitoral dará prioridade ao partido político que apresentou o requerimento primeiro.

§ 6º As inserções serão entregues às emissoras com a antecedência mínima acordada e em mídia com tecnologia compatível com a da emissora recebedora.

§ 7º As inserções a serem feitas na programação das emissoras serão determinadas:

I – pelo Tribunal Superior Eleitoral, quando solicitadas por órgão de direção nacional de partido político;

II – pelo Tribunal Regional Eleitoral, quando solicitadas por órgão de direção estadual de partido político.

§ 8º Em cada rede somente serão **autorizadas até 10 (dez) inserções de 30 (trinta) segundos** por dia.

§ 9º As inserções deverão ser veiculadas pelas emissoras de rádio e de televisão no horário estabelecido no caput, divididas proporcionalmente dentro dos intervalos comerciais no decorrer das 3 (três) horas de veiculação, da seguinte forma:

I – na **primeira hora** de veiculação, no **máximo 3 (três) inserções**;

II – na **segunda hora** de veiculação, no **máximo 3 (três) inserções**;

III – na **terceira hora** de veiculação, no **máximo 4 (quatro) inserções**.

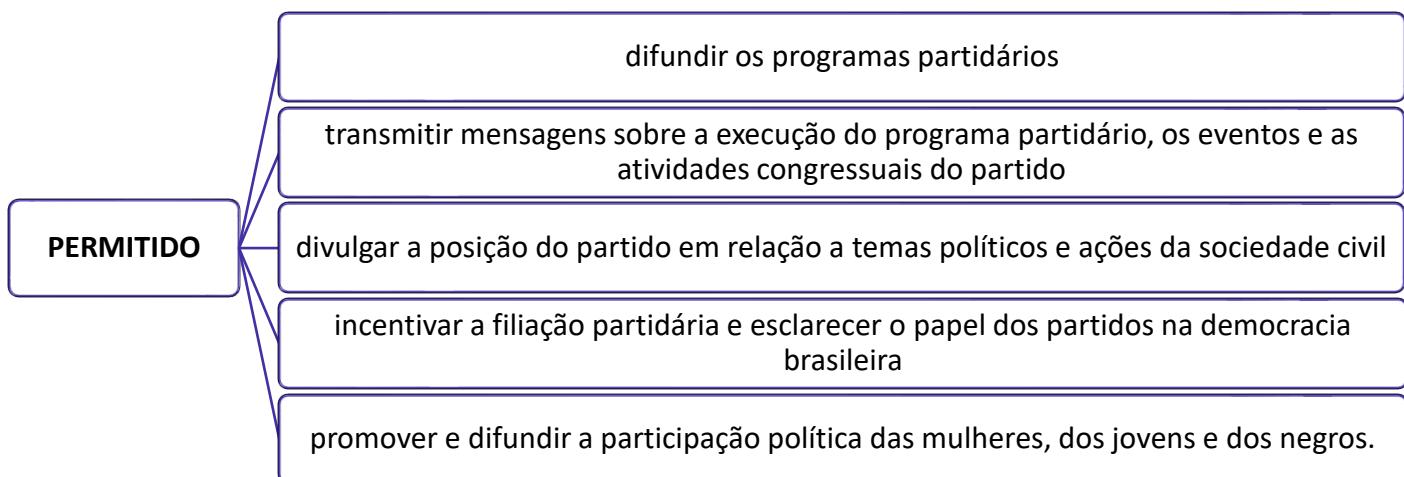
§ 10. É **vedada** a **veiculação de inserções sequenciais**, observado obrigatoriamente o intervalo mínimo de **10 (dez) minutos** entre cada veiculação.

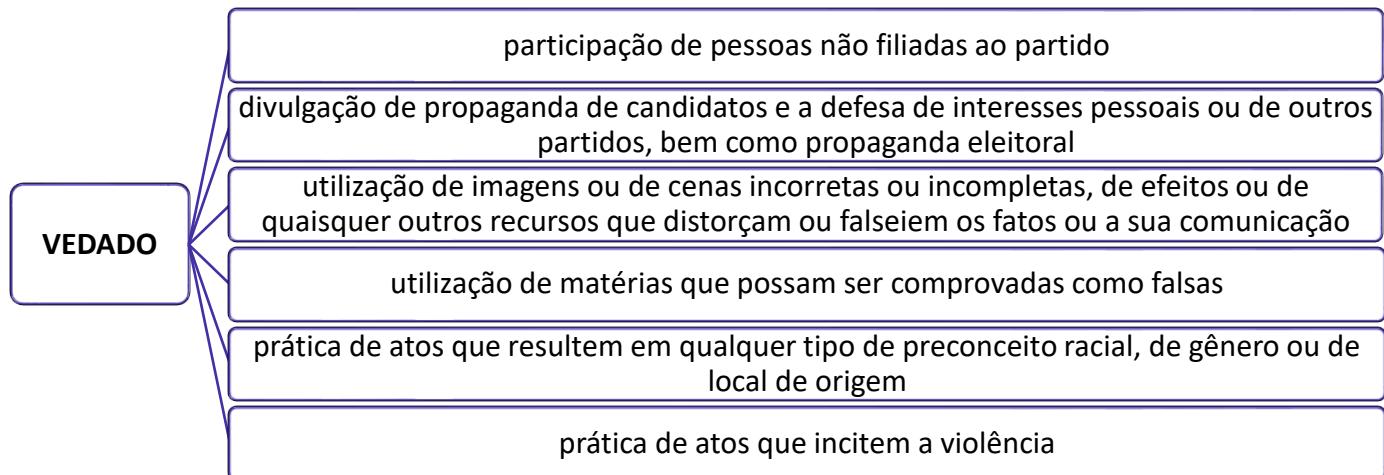
§ 11. As inserções serão veiculadas da seguinte forma:

I – as nacionais: nas terças-feiras, quintas-feiras e sábados;

II – as estaduais: nas segundas-feiras, quartas-feiras e sextas-feiras.

O Art. 50-B delimita o conteúdo a ser divulgado.





O partido que descumprir as regras estabelecidas será punido com a cassação do tempo equivalente a **2 (duas) a 5 (cinco) vezes** o tempo da inserção ilícita, no semestre seguinte.

Qualquer partido ou MP podem representar e a irregularidade será julgada pelo TSE quando a propaganda for nacional ou pelo TRE quando estadual, cabendo neste caso recurso ao TSE com efeito suspensivo.

Prazo para representação:

- até o último dia do semestre em que for veiculado o programa OU
- até o 15º dia do semestre seguinte se o programa foi exibido nos últimos 30 dias do semestre anterior.

Além disso, trata da distribuição de acordo com a cláusula de barreira prevista no art. 17 §3º da CF.

| | |
|----------------------------------|-------------------------|
| 20 deputados federais | 20 minutos por semestre |
| Entre 10 e 20 deputados federais | 10 minutos por semestre |
| Até 9 deputados federais | 05 minutos por semestre |

No mínimo **30% (trinta por cento)** do tempo deverá ser utilizado para a promoção e à difusão da participação política das mulheres.

Art. 50-B. O partido político com estatuto registrado no Tribunal Superior Eleitoral poderá divulgar propaganda partidária gratuita mediante transmissão no rádio e na televisão, por meio exclusivo de inserções, para:

I – difundir os programas partidários;

II – transmitir mensagens aos filiados sobre a execução do programa partidário, os eventos com este relacionados e as atividades congressuais do partido;

III – divulgar a posição do partido em relação a temas políticos e ações da sociedade civil;

IV – incentivar a filiação partidária e esclarecer o papel dos partidos na democracia brasileira;

V – promover e difundir a participação política das mulheres, dos jovens e dos negros.

§ 1º Os partidos políticos que tenham cumprido as condições estabelecidas no § 3º do art. 17 da Constituição Federal terão assegurado o direito de acesso gratuito ao rádio e à televisão, na **proporção de sua bancada eleita** em cada eleição geral, nos seguintes termos:

I – o partido que tenha eleito acima de **20 (vinte) Deputados Federais** terá assegurado o direito à utilização do tempo total de **20 (vinte) minutos por semestre** para inserções de 30 (trinta) segundos nas redes nacionais, e de igual tempo nas emissoras estaduais;

II – o partido que tenha eleito entre **10 (dez) e 20 (vinte) Deputados Federais** terá assegurado o direito à utilização do tempo total de **10 (dez) minutos por semestre** para inserções de 30 (trinta) segundos nas redes nacionais, e de igual tempo nas emissoras estaduais;

III – o partido que tenha eleito **até 9 (nove) Deputados Federais** terá assegurado o direito à utilização do tempo total de **5 (cinco) minutos por semestre** para inserções de 30 (trinta) segundos nas redes nacionais, e de igual tempo nas redes estaduais.

§ 2º Do tempo total disponível para o partido político, **no mínimo 30% (trinta por cento)** deverão ser destinados à **promoção e à difusão da participação política das mulheres**.

§ 3º Nos **anos de eleições**, as inserções somente serão veiculadas **no primeiro semestre**.

§ 4º Ficam **vedadas** nas inserções:

I – a participação de pessoas não filiadas ao partido responsável pelo programa;

II – a divulgação de propaganda de candidatos a cargos eletivos e a defesa de interesses pessoais ou de outros partidos, bem como toda forma de propaganda eleitoral;

III – a utilização de imagens ou de cenas incorretas ou incompletas, de efeitos ou de quaisquer outros recursos que distorçam ou falseiem os fatos ou a sua comunicação;

IV – a utilização de matérias que possam ser comprovadas como falsas (fake news);

V – a prática de atos que resultem em qualquer tipo de preconceito racial, de gênero ou de local de origem;

VI – a prática de atos que incitem a violência.

§ 5º Tratando-se de propaganda partidária no rádio e na televisão, o partido político que descumprir o disposto neste artigo será **punido com a cassação** do tempo equivalente a **2 (duas) a 5 (cinco) vezes** o tempo da inserção ilícita, no semestre seguinte.

§ 6º A representação, que poderá ser oferecida por partido político ou pelo Ministério Público Eleitoral, será julgada pelo **Tribunal Superior Eleitoral** quando se tratar de inserções **nacionais** e pelos **Tribunais Regionais Eleitorais** quando se tratar de inserções transmitidas nos **Estados** correspondentes.

§ 7º O **prazo para o oferecimento da representação** prevista no § 6º deste artigo encerra-se no **último dia do semestre em que for veiculado o programa** impugnado ou, se este tiver sido transmitido nos **últimos 30 (trinta) dias** desse período, **até o 15º (décimo quinto) dia** do semestre seguinte.

§ 8º Da decisão do Tribunal Regional Eleitoral que julgar procedente a representação, cassando o direito de transmissão de propaganda partidária, caberá **recurso** para o Tribunal Superior Eleitoral, que será recebido com **efeito suspensivo**.

A lei prevê ainda a possibilidade de acordos diretos entre emissoras e partidos desde que dentro dos limites legais e que seja dado conhecimento ao tribunal eleitoral competente.

Veda a propaganda paga.

Art. 50-C. Para agilizar os procedimentos, condições especiais podem ser pactuadas diretamente entre as emissoras de rádio e de televisão e os órgãos de direção do partido, obedecidos os limites estabelecidos nesta Lei, dando-se conhecimento ao Tribunal Eleitoral da respectiva jurisdição.

Art. 50-D. A propaganda partidária no rádio e na televisão fica restrita aos horários gratuitos disciplinados nesta Lei, com **proibição de propaganda paga**.

Art. 50-E. (Vetado).

Importante deixar claro que a **gratuidade da propaganda eleitoral** se dá, apenas, em relação ao partido político. O real pagador dessas divulgações é a sociedade contribuinte. Dessa forma, a partir de um regime de compensação, a emissora de televisão ou de rádio, ao invés de pagar “x” de impostos devidos ao final do mês, irá pagar “x” menos o valor que seria cobrado pela emissora de TV ou rede de rádio caso dispusessem desse tempo para comercializar. Vale relembrar que os valores provenientes da compensação fiscal que as emissoras de rádio e televisão receberiam pela divulgação da propaganda partidária, quando extinta, foram alocados no Fundo de Financiamento de Campanha já estudado por nós anteriormente.

Essa mesma regra de compensação será aplicada à veiculação gratuita de plebiscitos e referendos. Em ambas as formas diretas de participação na democracia, temos a possibilidade de os partidos atuarem na formação do convencimento da população quanto ao projeto de lei ou para referendo da lei já editada.

O §1º do art. 99 da Lei nº 9.504/1997, que trata da compensação, foi alterado pela Lei nº 13.487/2017 para suprimir a expressão propaganda partidária. Veja o novo texto:

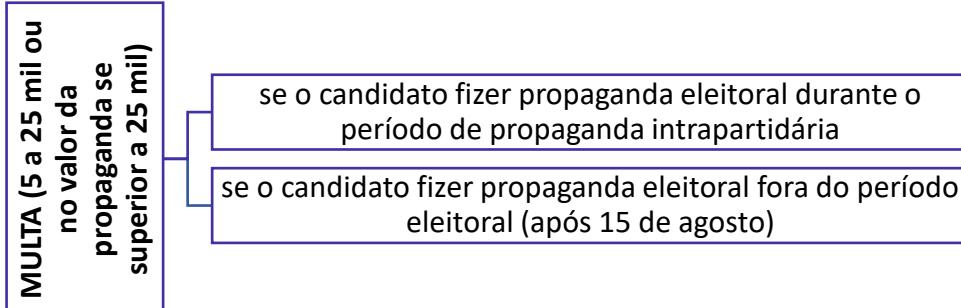
§ 1º O direito à compensação fiscal das emissoras de rádio e televisão estende-se à veiculação de propaganda gratuita de plebiscitos e referendos de que dispõe o art. 8º da Lei nº 9.709, de 18 de novembro de 1998, mantido também, a esse efeito, o entendimento de que:

MULTA

O §3º traz sanções aplicáveis em caso de violações às regras acima, relativas à propaganda eleitoral intrapartidária e partidária:

§ 3º A violação do disposto neste artigo sujeitará o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado o seu prévio conhecimento, o beneficiário à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), OU ao equivalente ao custo da propaganda, se este for maior.

Como podemos extrair do dispositivo, será aplicada uma multa pecuniária que será arbitrada entre 5 e 25 mil reais ou no valor da propaganda irregular, se superior a 25 mil reais. Segundo entendimento do TSE a multa deve ser aplicada de forma individualizada a cada um dos responsáveis.



Sobre o tema é importante destacar o posicionamento relevante do TSE. Configura propaganda eleitoral extemporânea, **em programa partidário**, o **anúncio**, ainda que sutil, **de determinada candidatura**, dos

propósitos para obter apoio por intermédio do voto e de exclusiva promoção pessoal com finalidade eleitoral, ainda mais quando favorável a filiado de agremiação partidária diversa²⁰.

DIVULGAÇÃO OBRIGATÓRIA DE VICES E SUPLENTES

O §4º, do art. 36, da LE, por sua vez, traz uma regra específica que se aplica apenas aos candidatos nas eleições majoritárias. Primeiramente: **vamos relembrar quais os cargos estão sujeitos às eleições majoritárias?**

São: *Presidente da República, Governador de Estado e do Distrito Federal, Prefeito e Senador*. Os cargos dos chefes do Executivo possuem vices e os senadores possuem suplentes.

Desse modo, estatui o dispositivo abaixo que, além dos candidatos titulares, nas propagandas daqueles que concorrem aos cargos do Poder Executivo e aos cargos de Senador deverá constar também o nome dos vices e suplentes, em tamanho não inferior a 30% do nome do titular.

§ 4º Na 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.

É importante registrar que esse dispositivo foi alterado pela **Lei nº 13.165/2015**. Antes da reforma eleitoral, o percentual era de 10%. **AGORA, PASSOU PARA 30%. ATENÇÃO!**

Caso a regra não seja observada será aplicada a multa prevista no § 4º do art. 36 da lei 9.504/97 que acabamos de estudar.

REPRESENTAÇÃO CONTRA A PROPAGANDA IRREGULAR

A representação contra a propaganda irregular vem disciplinada inicialmente no §5º, do art. 36, da LE:

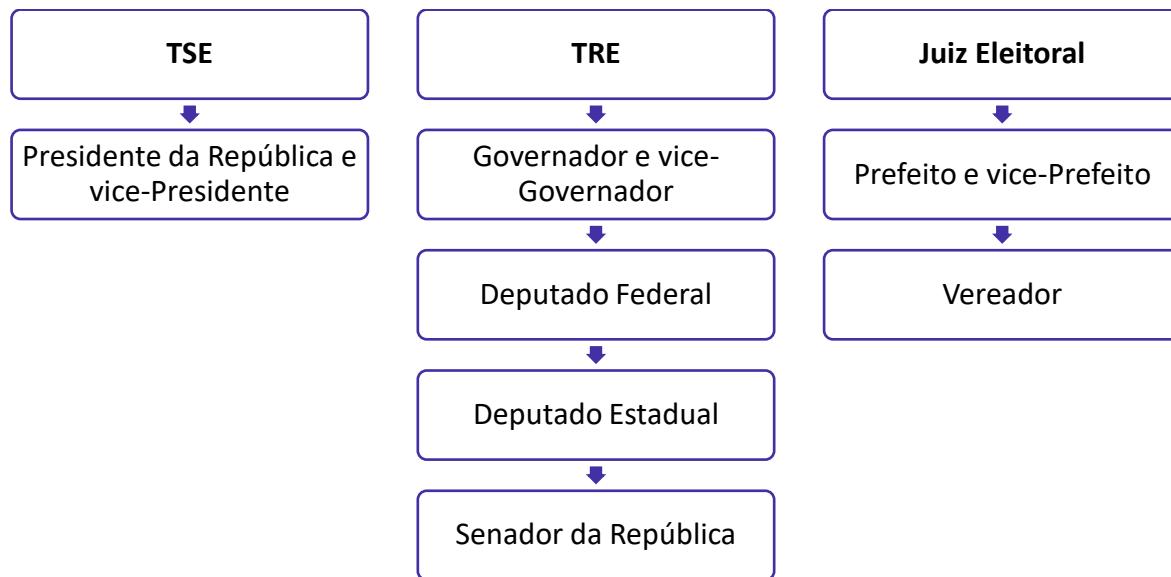
§ 5º A comprovação do cumprimento das determinações da Justiça Eleitoral relacionadas a propaganda realizada em desconformidade com o disposto nesta Lei poderá ser apresentada no Tribunal Superior Eleitoral, no caso de candidatos a Presidente e Vice-Presidente da República, nas sedes dos respectivos Tribunais Regionais Eleitorais, no caso de candidatos a Governador, Vice-Governador, Deputado Federal, Senador da República, Deputados Estadual e Distrital, e, no Juízo Eleitoral, na hipótese de candidato a Prefeito, Vice-Prefeito e Vereador.

²⁰ Rp nº 11.3240/2011.

Esse dispositivo explicita que a representação contra a propaganda irregular deve ser realizada perante a Justiça Eleitoral.



Como o assunto figura com frequência em provas objetivas, vejamos:



É importante analisarmos também o art. 40-B, da LE, segundo o qual a representação deve ser instruída com prova da autoria por parte do candidato, do partido político ou da coligação ou com a prova de que eles tiveram conhecimento da propaganda irregular e não tomaram atitude de removê-la.

Art. 40-B. A **representação** relativa à propaganda irregular deve ser **instruída com prova da autoria ou do prévio conhecimento do beneficiário**, caso este não seja por ela responsável.

Parágrafo único. A **responsabilidade** do candidato estará **demonstrada se este, intimado da existência da propaganda irregular, não providenciar, NO PRAZO DE 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.

Portanto:

Restará comprovada a responsabilidade do candidato, do partido político ou da coligação caso, após notificados, não realizem a remoção ou a regularização da propaganda no prazo de 48 horas.

O STF²¹ recentemente decidiu julgando a ADI 4617 que o MP tem legitimidade para representar contra a propaganda partidária. Veja a ementa do julgado:

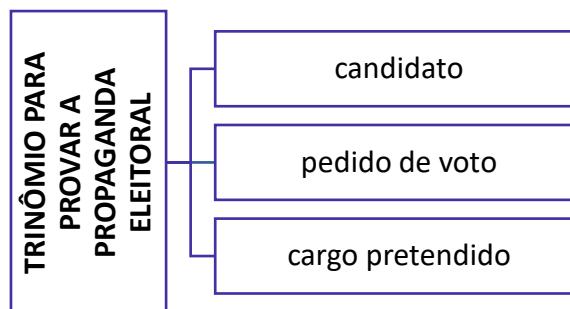
O Ministério Público possui legitimidade para representar contrapropaganda partidária irregular.

Apesar do § 3º do art. 45 da Lei nº 9.096/95 falar que apenas os partidos políticos podem oferecer representação por propaganda irregular, deve-se também reconhecer que o Ministério Público detém legitimidade para isso, considerando que o Parquet possui a incumbência de promover a defesa da ordem jurídica e do regime democrático por força da CF/88 (art. 127, caput).

Para que você entenda o §3º do art. 45 da Lei dos Partidos Políticos previa apenas os partidos políticos como legitimados. O artigo citado foi revogado quando da extinção da propaganda política partidária, porém a decisão é importante uma vez que as regras mudaram e novamente teremos propaganda partidária.

De acordo com o TSE²², o prazo final para ajuizamento de representação, por propaganda eleitoral antecipada ou irregular, é a **DATA DA ELEIÇÃO**.

No que diz respeito à **propaganda eleitoral antecipada**, será feita pela identificação do seguinte trinômio:



²¹ STF. Plenário. ADI 4617/DF, Rel. Min. Luiz Fux, julgado em 19/6/2013 (Info 711).

²² R-Rp nº 189711/2011

Assim, se o sujeito se portar como candidato, com a pretensão de se lançar como tal e pedir votos, a propaganda será eleitoral. Assim, se feita fora dos parâmetros legais, será irregular ou extemporânea.

De todo modo, segundo TSE²³, para aferir se a propaganda é irregular faz-se necessário examinar todo o contexto em que se deram os fatos, não devendo ser observado tão somente o texto da mensagem, mas também outras circunstâncias, a fim de verificar a existência de propaganda eleitoral antecipada, especialmente em sua forma dissimulada.

PROPAGANDAS

1 - Forma de realização e de identificação da propaganda

Existem diversas espécies de propaganda eleitoral. Todas elas devem respeitar um conjunto de padronizações e de exigências instituídas pela legislação. Por exemplo, a linguagem utilizada deve ser a brasileira, bem como deve ser utilizada a LIBRAS, em caso de pessoas com deficiência.

A fim de sistematizar o estudo, distinguem-se as exigências dos candidatos de partidos dos candidatos coligados do seguinte modo:

↳ Candidato de Partido

Para as eleições **proporcionais (Deputado Federal, Deputado Estadual, Vereador)** a propaganda deve conter o nome do candidato tal como registrado perante a Justiça Eleitoral, o número do candidato e o nome do partido político, sob abreviatura, se preferir.

Para as eleições **majoritárias (Presidente, Governador, Prefeito e Senador)** a propaganda deve conter o nome do candidato tal como registrado perante a Justiça Eleitoral, o nome do vice ou suplente, se for o caso, em tamanho não inferior a **30%** do tamanho do nome do titular, o número do candidato e o nome do partido político, sob abreviatura, se preferir.



Notem que a diferença de um para o outro reside na colocação adicional do **nome do vice ou suplente**. Para a nossa prova...

²³ R-Rp nº 189711/2011.

| ELEIÇÕES PROPORCIONAIS | ELEIÇÕES MAJORITÁRIAS |
|---|--|
| Deputado Federal, Deputado Estadual e Vereador | Presidente, Governador, Prefeito e Senador |
| Nome do candidato | |
| *** | <i>Nome do vice ou suplente, não inferior a 30% do nome do titular</i> |
| Número do candidato | |
| Nome do partido político | |

As regras acima aplicam-se aos candidatos de partidos políticos não coligados. Em caso de coligação, observamos as regras abaixo:

↳ CANDIDATO DE COLIGAÇÃO

| ELEIÇÕES PROPORCIONAIS | ELEIÇÕES MAJORITÁRIAS |
|--|--|
| NÃO há mais coligação para eleições proporcionais | Presidente, Governador, Prefeito e Senador |
| Nome do candidato | |
| *** | <i>Nome do vice ou suplente, não inferior a 30% do nome do titular</i> |
| Número do candidato | |
| Nome da coligação | |
| | Nome das legendas que a integram, as quais podem ser abreviadas |

Notem que há duas regras específicas:

↳ A propaganda deverá trazer o **nome da coligação**.

↳ No caso de eleições majoritárias, em específico, deve ser minudenciado o **nome das legendas**; ao passo que, nas eleições proporcionais, cada partido usará apenas a sua legenda sob o nome da coligação.

1.1 - Material Impresso

Em relação à utilização de material impresso, a legislação eleitoral exige a observância de algumas regras específicas.

Primeiramente, saiba que deve constar do material impresso a:

- ↳ inscrição do CNPJ ou CPF do responsável pela confecção do material;
- ↳ inscrição do CNPJ ou do CPF do responsável pela contratação da propaganda; e
- ↳ indicação da tiragem.

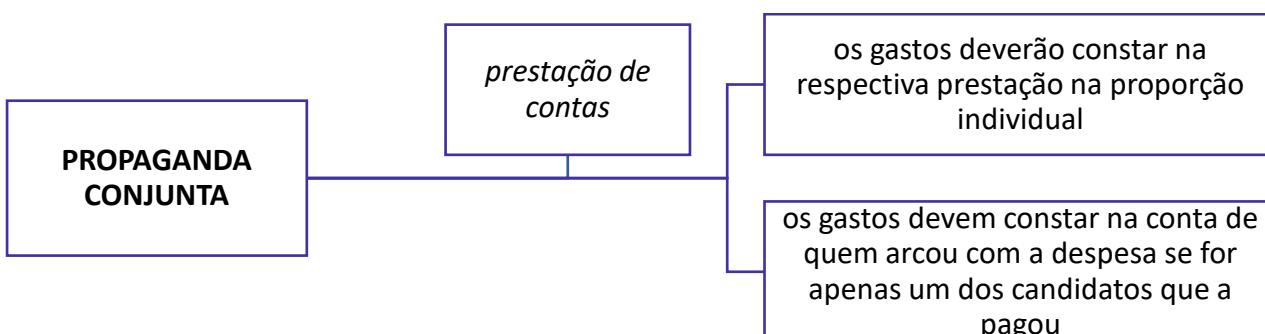
É o que dispõe o art. 38, §§ 1º e 2º, da LE:

Art. 38. Independente da obtenção de licença municipal e de autorização da Justiça Eleitoral a veiculação de propaganda eleitoral pela distribuição de folhetos, volantes e outros impressos, os quais devem ser editados sob a responsabilidade do partido, coligação ou candidato.

§ 1º Todo material impresso de campanha eleitoral deverá **conter o número** de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – **CNPJ ou** o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas – **CPF do responsável pela confecção**, bem como de **quem a contratou**, e a respectiva **tiragem**.

§ 2º Quando o material impresso veicular **propaganda conjunta** de **diversos candidatos**, **os gastos relativos a cada um deles deverão constar na respectiva prestação de contas, ou apenas naquela relativa ao que houver arcado com os custos**.

Destaca-se o §2º. É natural a propaganda de vereadores com imagens com ou alusão ao candidato a prefeito, por exemplo. Em tais situações, a Lei das Eleições estabelece que os gastos, se divididos entre os candidatos, devem ser informados na prestação de contas de forma individual. Contudo, caso um dos candidatos arque com o custo total da propaganda somente ele deverá informá-la.

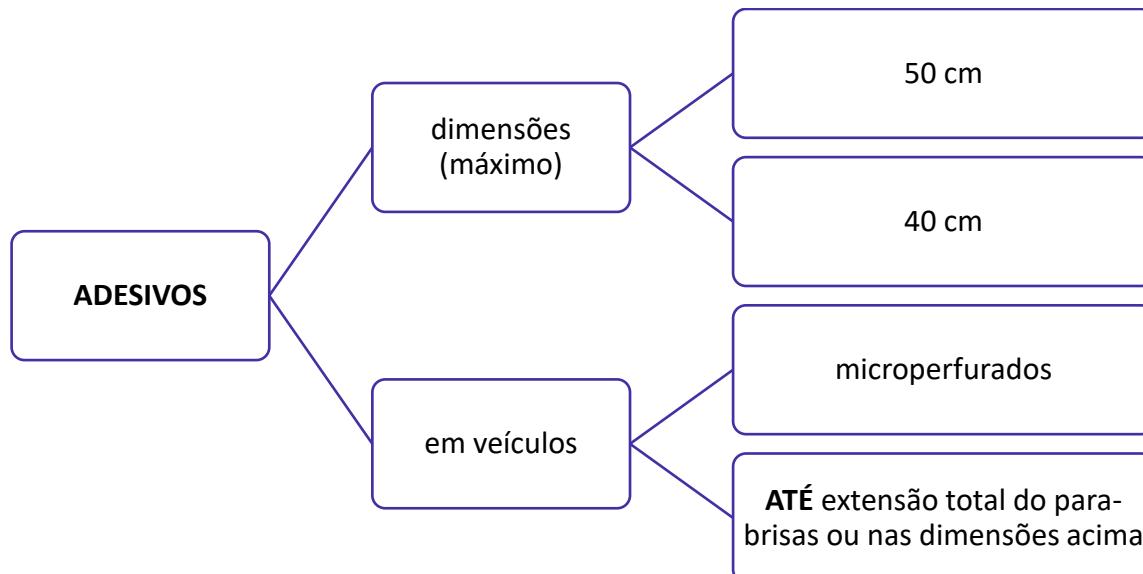


1.2 - Adesivo

Quanto à utilização de adesivos, há uma regra específica instituída pela Lei nº 12.891/2013, que está disciplinada no art. 38, §§3º e 4º, da LE:

§ 3º Os adesivos de que trata o caput deste artigo poderão ter a **DIMENSÃO MÁXIMA** de **50 (cinquenta) centímetros por 40 (quarenta) centímetros**.

§ 4º É **PROIBIDO** colar propaganda eleitoral em veículos, **EXCETO** adesivos microperfurados **ATÉ** a extensão total do para-brisa traseiro e, em outras posições, adesivos até a dimensão máxima fixada no § 3º.



Pergunta-se:

E se o adesivo não preencher a extensão total do para-brisas, há irregularidade?

NÃO, NÃO HÁ! Retorne a leitura e note a expressão “até a extensão total do para-brisas”. Logo, se preencher apenas parte do vidro, não haverá qualquer violação à regra acima.

Evidentemente que todas as informações que vimos, quais sejam, nome do candidato, número, nome do partido ou coligação com a indicação da legenda, devem estar presentes no adesivo.

PROPAGANDA ELEITORAL VEDADA

O Código Eleitoral elenca algumas hipóteses em que se considera vedada a propaganda eleitoral. Para a nossa prova, é relevante conhecer os dispositivos:

Art. 243. *NÃO* será tolerada propaganda:

- I – de guerra, de processos violentos para subverter o regime, a ordem política e social ou de preconceitos de raça ou de classes;**
- II – que provoque animosidade entre as Forças Armadas ou contra elas, ou delas contra as classes e instituições civis;**
- III – de incitamento de atentado contra pessoa ou bens;**
- IV – de instigação à desobediência coletiva ao cumprimento da lei de ordem pública;**
- V – que implique em oferecimento, promessa ou solicitação de dinheiro, dádiva, rifa, sorteio ou vantagem de qualquer natureza;**
- VI – que perturbe o sossego público, com algazarra ou abusos de instrumentos sonoros ou sinais acústicos;**
- VII – por meio de impressos ou de objeto que pessoa inexperiente ou rústica possa confundir com moeda;**
- VIII – que prejudique a higiene e a estética urbana ou contravenha a posturas municipais ou a outra qualquer restrição de direito;**
- IX – que caluniar, difamar ou injuriar quaisquer pessoas, bem como órgãos ou entidades que exerçam autoridade pública.**

O §1º, do art. 243, do CE, discorre acerca da possibilidade de reparação civil em caso de propaganda eleitoral que implique calúnia, difamação ou injúria.

§ 1º O ofendido por calúnia, difamação ou injúria, sem prejuízo e independentemente da ação penal competente, poderá demandar, no Juízo Cível, a reparação do dano moral respondendo por este o ofensor e, ***solidariamente***, o partido político deste, quando responsável por ação ou omissão, e quem quer que favorecido pelo crime, haja de qualquer modo contribuído para ele.

Os §§ 2º e 3º, do art. 243, do CE, por sua vez, não possuem importância tendo em vista que a matéria relativa ao direito de resposta é disciplinada atualmente pelos arts. 58 e 58-A da Lei das Eleições, que serão estudados oportunamente ainda nesta aula.

Ainda quanto às modalidades de propaganda eleitoral vedada, é relevante conhecermos o art. 40, da Lei das Eleições:

Art. 40. O uso, na propaganda eleitoral, de símbolos, frases ou imagens, associadas ou semelhantes às empregadas por órgão de governo, empresa pública ou sociedade de economia mista constitui **CRIME**, punível 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 dez mil a vinte mil UFIR.

Portanto, é vedada a realização de propaganda eleitoral com símbolos, frases ou imagens alusivas aos órgãos da Administração Pública direta ou indireta. Tal conduta enseja crime eleitoral, conforme se extrai do dispositivo punível com pena de detenção de **6 MESES A 1 ANO ou PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS À COMUNIDADE** e **multa no VALOR DE 10.000 A 20.000 UFIRs**. Devemos atentar para os conectivos “e” e “ou” para não confundirmos na prova. Considerando o teor do dispositivo, podemos ter:

- ⇒ **1^a POSSIBILIDADE DE PENA:** DETENÇÃO de 6 meses a 1 ano + MULTA no valor entre 10 a 20 mil UFIRs.
- ⇒ **2^a POSSIBILIDADE DE PENA:** PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS À COMUNIDADE de 6 meses a 1 ano + MULTA no valor entre 10 a 20 mil UFIRs.

LIMITES ESPACIAIS DA PROPAGANDA

1 - Locais Públicos e de Acesso Geral

No art. 37, da LE, são estabelecidas algumas limitações à propaganda. A regra é simples: **NÃO É POSSÍVEL FAZER PROPAGANDA EM LOCAIS PÚBLICOS OU DE USO COLETIVO**. Evidentemente que tal regra comporta exceções e é justamente nesse aspecto que o assunto se torna relevante para concursos públicos.

Vejamos o dispositivo:

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.

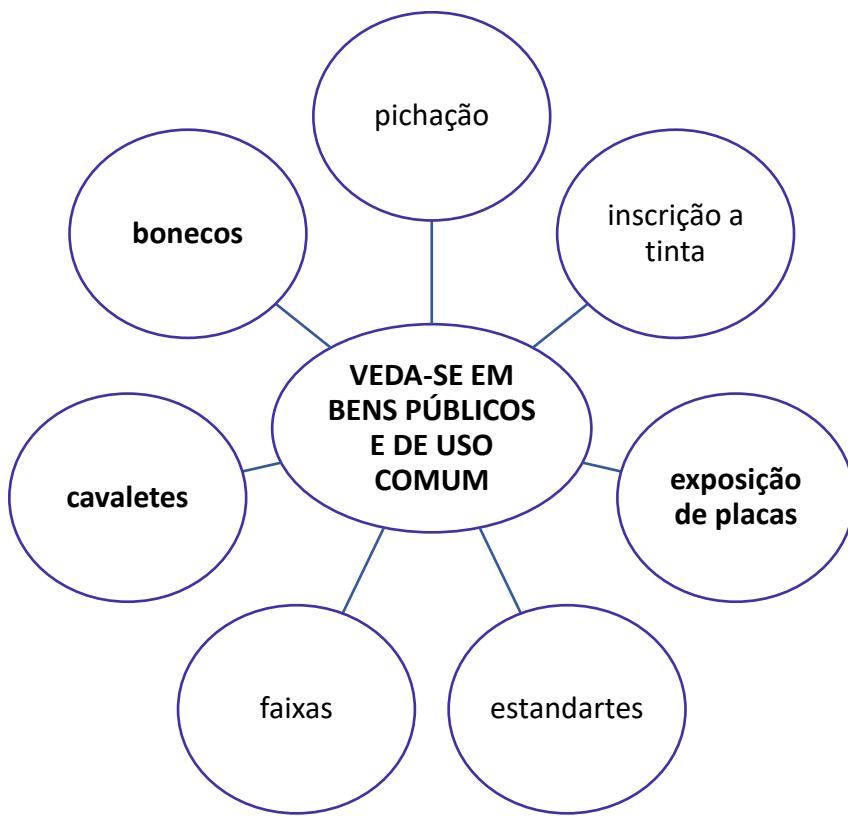
Da leitura do dispositivo, extraímos que a veiculação de qualquer propaganda é vedada em dois casos:

1. **Bens públicos** (seja diretamente pertencente ao Poder Público ou afetados por contratos públicos); e
2. **Bens de uso comum.**

O dispositivo é peremptório: **VEDA-SE QUALQUER MODALIDADE DE PROPAGANDA** (inclusive pichação, inscrição a tinta, **exposição de placas**, estandartes, cavaletes, faixas, cavaletes, **bonecos** e assemelhados).



É, pessoal, memorizem o esquema abaixo:



Notem que destacamos algumas informações com outras cores. Vejamos:

↳ em relação aos **cavaletes**, é importante memorizar que a vedação a colocação destes em bens públicos ou de uso comum, ocorreu pela minirreforma eleitoral promovida pela Lei nº **12.891/2013**.

↳ em relação à **exposição de placas** e de **bonecos** é fundamental que você saiba que a fixação desses objetos em bens públicos ou de uso comum é vedado, pois são inovações trazidas pela **Lei nº 13.165/2015**.

De todo modo, como sugere a doutrina, a interpretação desse dispositivo deve ser feita com razoabilidade, sob pena de demasiada restrição à propaganda eleitoral. Nesse contexto, leciona Rodrigo Martiniano Ayres Lins²⁴:

Não seria razoável, por exemplo, proibir a distribuição de santinhos, agitação de bandeiras e a abordagem direta ao eleitor em locais de passeio público (calçadas, viadutos e passarelas, por exemplo).

Além disso, a própria LE traz algumas flexibilizações. Vimos que não é possível a realização de propaganda eleitoral em vias públicas. Tal restrição é mitigada, todavia, nos termos do art. 37, §§ 6º e 7º. Vejamos:

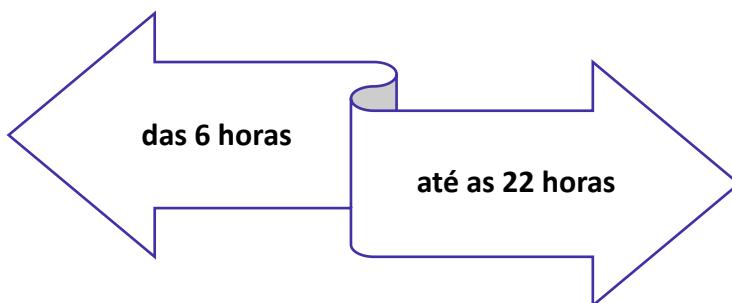
§ 6º É **PERMITIDA** a colocação de **mesas para distribuição de material de campanha e a utilização de bandeiras ao longo das vias públicas**, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.

§ 7º A mobilidade referida no § 6º estará caracterizada com a **colocação e a retirada dos meios de propaganda ENTRE AS SEIS HORAS E AS VINTE E DUAS HORAS**.

Muita atenção nesse ponto! A redação anterior desse dispositivo flexibilizava a utilização de cavaletes. Como vimos acima, a utilização de cavaletes foi vedada expressamente pela Lei nº 12.891/2013. Desse modo, as eleições de 2014 foram as últimas em que tais instrumentos de propaganda foram permitidos. Agora a legislação permite apenas a colocação de mesas de campanha móveis, que podem ser colocadas em vias públicas entre as 6h e 22h.



Tais mesas somente podem ser utilizadas entre as 6 e as 22 horas.



²⁴ LINS, Rodrigo Martiniano Ayres. **Direito Eleitoral Descomplicado**, p. 510.

Vejamos uma questão sobre o assunto:



(MPE-SC/2019) Julgue o item:

Prescreve a Lei n. 9.504/1997, quanto à propaganda eleitoral em geral, que não será permitido qualquer tipo de propaganda política paga no rádio e na televisão. Também dispõe que não é permitida a veiculação de material de propaganda eleitoral em bens públicos ou particulares, exceto de: bandeiras ao longo de vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos; e adesivo plástico em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, desde que não exceda a 0,5 m² (meio metro quadrado).

Comentários

Realmente não é permitido propaganda paga no rádio e a televisão conforme §2º do artigo 36 da LE.

Quanto a propaganda eleitoral veiculada em bens público e particulares a assertiva trouxe corretamente as exceções previstas nos incisos do §2º do artigo 37 da LE em comento. Compare com o texto legal destacado abaixo:

§ 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;

II - adesivo plástico em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, desde que não exceda a 0,5 m² (meio metro quadrado)

Logo a questão está **correta**.

Quanto ao conceito de bens de uso comum, para fins da Lei Eleitoral, devemos saber que esse conceito é amplo. O §4º, do art. 37, assim prevê:

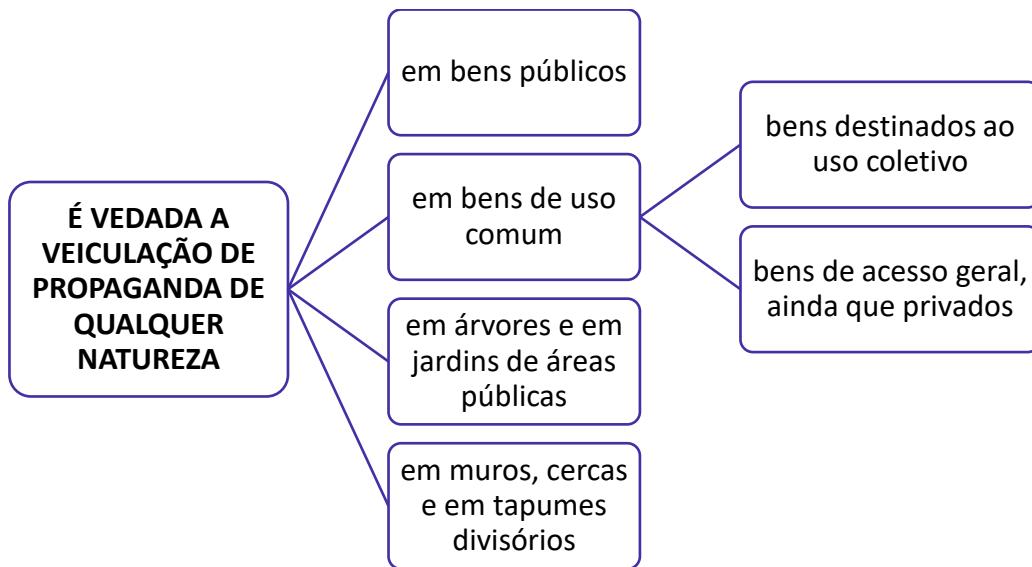
§ 4º Bens de uso comum, para fins eleitorais, são os assim **definidos** pela Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – **Código Civil e também aqueles a que a população em geral tem acesso**, tais como cinemas, clubes, lojas, centros comerciais, templos, ginásios, estádios, ainda que de propriedade privada.

De acordo com o Código Civil, nos arts. 98 e 99, bens de uso comum são bens **destinados ao uso coletivo**, disponíveis a toda a população, abrangendo rios, mares, estradas, ruas e praças. A LE ampliou o conceito para incluir também os **locais onde a população tem acesso de forma coletiva, ainda que privados**, como cinemas, clubes, centros comerciais, templos, ginásios, estádios etc.

Além disso, veda-se a afixação de material de propaganda eleitoral em árvores e em jardins de áreas públicas, bem como em muros, em cercas e em tapumes divisórios, nos termos do art. 37, §5º, da LE:

§ 5º Nas árvores e nos jardins localizados em áreas públicas, bem como em muros, cercas e tapumes divisórios, não é permitida a colocação de propaganda eleitoral de qualquer natureza, mesmo que não lhes cause dano.

Para fins da nossa prova, lembre-se de que:



De acordo com o art. 37, §3º, da LE, a propaganda eleitoral dentro das Casas Legislativas (Congresso Nacional, Assembleia Legislativa e Câmara de Vereadores) será possível se a mesa diretora da casa decidir.

§ 3º Nas dependências do Poder Legislativo, a veiculação de propaganda eleitoral fica a critério da Mesa Diretora.

Saiba que a jurisprudência do TSE inclui como bem pertencente ao Poder Público os estabelecimentos prisionais e unidades de internação de adolescentes e por esse motivo veda a realização de propaganda eleitoral nestes locais. Veja excerto da decisão tratando da matéria:

Propaganda eleitoral. **Estabelecimentos prisionais e unidades de internação.**

1. A regra do art. 37 da Lei nº 9.504/1997 - que **veda a realização de propaganda eleitoral de qualquer natureza em bem pertencente ao Poder Público** - **aplica-se aos estabelecimentos prisionais e unidades de internação de adolescentes**.
2. Em que pese alguns candidatos postularem ser amplamente assegurado o direito ao exercício de propaganda nesses estabelecimentos, não há como afastar a proibição contida no art. 37 da Lei das Eleições.

3. Nos estabelecimentos penais e em unidades de internação, será **permitido**, todavia, o **acesso à propaganda veiculada no horário eleitoral gratuito, no rádio e na televisão**, bem como eventualmente aquela **veiculada na imprensa escrita**.

25



Como a disciplina do art. 37, em relação à propaganda eleitoral, é relativamente complexa, façamos um apontamento das principais informações:

PROPAGANDA ELEITORAL EM LOCAIS PÚBLICOS

- VEDA-SE A PROPAGANDA ELEITORAL em bens públicos e de uso comum (uso coletivo e de acesso geral, ainda que privados), inclusive em estabelecimentos prisionais e unidades de internação de adolescentes.
- VEDA-SE A PROPAGANDA EM árvores e em jardins públicos.
- VEDA-SE A PROPAGANDA EM muros, em cercas e em tapumes.
- A PROPAGANDA NO PODER LEGISLATIVO depende da mesa diretora.
- PERMITE-SE A UTILIZAÇÃO DE MESAS DE CAMPANHA entre as 6 e 22 horas.

2 - Locais Privados

Em relação aos locais privados há, no art. 37, dois dispositivos. Vejamos:

§ 8º A veiculação de propaganda eleitoral em bens particulares deve ser espontânea e gratuita, sendo **VEDADO qualquer tipo de pagamento em troca de espaço para esta finalidade**.

A propaganda em bens privados observa dois **princípios**:

- ⇒ **PRINCÍPIO DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO** – a regra é a possibilidade de utilização de tais propagandas pelo interessado, sem a necessidade de licença municipal ou de autorização da Justiça Eleitoral.
- ⇒ **PRINCÍPIO DA GRATUIDADE** – o interessado deve, de forma espontânea e gratuita, manifestar-se politicamente. Esta regra visa evitar o comércio de propaganda eleitoral em bens particulares

permitindo assim que o candidato que possui menor poder econômico tenha igual possibilidade de veiculação de publicidade.

O art. 37, da Lei nº 9.504/1997, traz uma série de regras quanto à propaganda eleitoral em bens particulares. Na propaganda realizada em bens particulares era adotada a regra da liberdade de propaganda, desde que efetuada de acordo com a legislação eleitoral. Com a Reforma, inverteu-se a lógica: **a propaganda em bens particulares é vedada, sendo admitida excepcionalmente.**

Agora, após as alterações da **Lei nº 13.488/2017** passou a prever:

§ 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;

II - **adesivo plástico** em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, desde que **não exceda a 0,5 m² (meio metro quadrado).**

Como você pode notar a partir do §2º do art. 37, da Lei das Eleições, a propaganda tanto em locais públicos como em locais privados é admitida tão somente em duas hipóteses:

↳ A primeira delas é a utilização de bandeiras em vias públicas. Contudo, não podem dificultar o andamento do trânsito de pessoas e de veículos.

↳ A segunda delas é a fixação de adesivos plásticos, não superiores a 0,5m², em:

- Caminhões;
- Bicicletas;
- Motocicletas; e
- Janelas residenciais.

A limitação de tamanho prevista na legislação tem o escopo de censurar a poluição visual normalmente observada em anos eleitorais.



Fique atento a essas alterações, certamente serão exploradas em provas de concurso público:

**PROPAGANDA EM BENS PÚBLICOS E
PRIVADOS EXCEPCIONALMENTE
ADMITIDAS**

bandeiras em vias públicas; e

adesivos plásticos não excedentes a 0,5m² em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais.

E caso os candidatos, particulares ou partidos políticos, violem as regras que vimos acima?

Haverá multa!

Vejamos uma questão que trata desse assunto:



(FCC - 2015) Pedro quer colocar uma faixa, com 0,3 m², na varanda de sua residência particular, com o nome de seu amigo José João, candidato a Vereador, atendendo as normas da Justiça Eleitoral. Para tanto,

- a) deve solicitar alvará da autoridade policial.
- b) deve solicitar prévia anuênciia dos vizinhos.
- c) necessita de licença da Prefeitura.
- d) não necessita de licença.
- e) necessita de licença da Justiça Eleitoral.

Comentários

A questão cobra o conhecimento do art. 37, da Lei das Eleições, mais especificamente o § 2º. Assim, a propaganda em bem particulares é permitida e, para ela, não se exige qualquer tipo de licença ou autorização da Justiça eleitoral. Observem que as faixas não podem ultrapassar 0,5m². Dessa forma, a faixa exposta por Pedro está totalmente regular.

Portanto, a **alternativa D** está correta e é o gabarito da questão.

3 - Multa

Para finalizar o art. 37, da LE, vejamos o §1º, que fixa os parâmetros da multa por violação das regras relativas à propaganda eleitoral em bens públicos e particulares:

§ 1º A veiculação de propaganda em desacordo com o disposto no caput deste artigo sujeita o responsável, após a notificação e comprovação, à restauração do bem e, caso não cumprida no prazo, a multa no valor de R\$2.000,00 (dois mil reais) a R\$8.000,00 (oito mil reais).

É importante notar que o responsável pela propaganda irregular será **notificado** para retirá-la e restaurar o bem, se necessário. Somente se não o fizer será imposta **multa eleitoral que será fixada pelo juiz entre 2 a 8 mil reais.**

1º - notificação para retirar e restaurar, se necessário

2º - se não cumprir, multa no valor entre R\$ 2.000,00 e R\$ 8.000,00

Registre-se, por oportuno, que o art. 244, do CE, traz regra específica que permite aos partidos políticos a utilização de sedes de fachadas para inscrições relativas à campanha e aos respectivos candidatos, sem qualquer violação às regras:

Art. 244. É assegurado aos partidos políticos registrados o direito de, independentemente de licença da autoridade pública e do pagamento de qualquer contribuição:

I – fazer inscrever, na fachada de suas sedes e dependências, o nome que os designe, pela forma que melhor lhes parecer;

ATOS DE PROPAGANDA ELEITORAL EM AMBIENTES PÚBLICOS OU PRIVADOS

1 - Atos públicos

Entre as diversas formas de propaganda eleitoral, é comum a realização de atos públicos e de reuniões privadas. A disciplina da matéria é extraída do art. 39, da LE. Podemos estabelecer um padrão geral: *a realização de atos de propaganda eleitoral em locais públicos, ou privados, com a utilização dos*

respectivos espaços é prerrogativa de candidatos, de partidos e de coligações, desde que observadas as limitações legais. É o que se extrai do *caput* do dispositivo abaixo:

Art. 39. A realização de qualquer ato de propaganda partidária ou eleitoral, em recinto **aberto ou fechado**, não depende de licença da polícia.

Confere-se, portanto, a liberdade de realizar o ato de propaganda **independente de licença policial**. Agora, pergunta-se:

O partido político, portanto, não precisa comunicar as autoridades policiais?

Aqui devemos ter a máxima atenção. A Constituição Federal estabelece no art. 5º, XVI:

XVI - **todos podem reunir-se pacificamente**, sem armas, em locais abertos ao público, independentemente de autorização, **DESDE QUE** não frustrem outra reunião anteriormente convocada para o mesmo local, sendo apenas exigido **prévio aviso à autoridade competente**;

A CF estabelece o direito de reunião, direito fundamental de primeira dimensão, decorrente do direito de liberdade. Contudo, fixa o Texto que esse direito deve observar **DUAS REGRAS BÁSICAS**, quais sejam:

1. **Não frustrar outra reunião anteriormente marcada.** Por exemplo, o PSDB marcar um ato público para a mesma data, um pouco antes do ato já marcado pelo PT, com vistas a frustrar a reunião do partido oponente; e
2. **Comunicar a autoridade policial competente.** Essa comunicação tem por finalidade permitir que a polícia proveja a segurança necessária e a organização de trânsito para a realização do ato.

Dessa forma, **embora não seja necessária a autorização para a realização de atos públicos com vistas à propaganda, deve-se comunicar a polícia nos termos exigidos na CF**.

É exatamente isso que extraímos do §1º, do art. 39:

§ 1º O candidato, partido ou coligação promotora do ato fará a **devida comunicação à autoridade policial** em, **NO MÍNIMO, VINTE E QUATRO HORAS ANTES DE SUA REALIZAÇÃO**, a fim de que está lhe garanta, segundo a prioridade do aviso, o direito contra quem tencione usar o local no mesmo dia e horário.

Ciente, a polícia tomará providências para garantir a realização do ato, com vistas à organização, à segurança e ao tráfego locais.

§ 2º A autoridade policial tomará as providências necessárias à garantia da realização do ato e ao funcionamento do tráfego e dos serviços públicos que o evento possa afetar.



A mesma matéria é disciplinada no CE, com algumas especificidades:

Art. 245. A realização de qualquer ato de propaganda partidária ou eleitoral, em recinto **aberto**, não depende de licença da polícia. (o art. 30 da LE recinto aberto ou fechado)

§ 1º Quando o ato de propaganda tiver de realizar-se em lugar designado para a celebração de comício, ~~na forma do disposto no art. 3º da Lei nº 1.207, de 25 de outubro de 1950~~ [aplica a Lei das Eleições], deverá ser feita **comunicação** à autoridade policial, **pelo menos 24 (vinte e quatro) horas antes** de sua realização.

§ 2º **Não havendo local anteriormente fixado** para a celebração de comício, ou sendo **impossível ou difícil nele realizar-se o ato** de propaganda eleitoral, ou havendo pedido para designação de outro local, a comunicação a que se refere o parágrafo anterior será **FEITA, NO MÍNIMO, COM ANTECEDÊNCIA DE 72 (SETENTA E DUAS) HORAS**, devendo a autoridade policial, em qualquer desses casos, nas 24 (vinte e quatro) horas seguintes, designar local amplo e de fácil acesso, de modo que não impossibilite ou frustre a reunião.

§ 3º Aos órgãos da Justiça Eleitoral compete julgar das reclamações sobre a localização dos comícios e providências sobre a distribuição eqüitativa dos locais aos partidos.

O art. 245, §2º, trata de situações nas quais o comício não se realizará no local habitual de comícios daquela cidade. A regra é que os partidos informem à Justiça Eleitoral onde realizarão, ao longo da campanha, seus comícios. A Justiça Eleitoral, por sua vez, informa isso às autoridades policiais.

Se não realizada no local previamente ajustado ou se no local em que deveria ocorrer não for possível de se realizar o comício, a comunicação deve ocorrer com mais antecedência, no caso, no prazo de 72 horas, a fim de que a polícia possa garantir a segurança do local.

Se a polícia entender que o local indicado não é viável, informará ao partido, no prazo de 24 horas, um local amplo e adequado para realização do ato de campanha.



(MPE-GO- MPE-GO/2019) Segundo a Lei n. 9.504/97, assinale a resposta incorreta:

- a) É vedada a veiculação de propaganda de qualquer natureza, inclusive pichação, inscrição à tinta e exposição de placas, estandartes, faixas, cavaletes, bonecos e assemelhados nos bens de uso comum, inclusive poste de iluminação pública, sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus e outros.
- b) A realização de qualquer ato de propaganda partidária eleitoral em recinto aberto depende de licença policial.
- c) É permitida a veiculação de bandeiras ao longo de vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.
- d) Bens de uso comum, para fins eleitorais, são os assim definidos no 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.

Comentários

A **alternativa A** está correta. A assertiva está de acordo com o caput do artigo 37 da LE.

A **alternativa B** está incorreta e é o gabarito da questão. A realização de ato de propaganda eleitoral em local aberto ou fechado NÃO depende de licença policial conforme o art. 39 da LE e art. 245 do CE. Deverá apenas haver a comunicação à autoridade policial com antecedência mínima de 24 horas.

A **alternativa C** está correta. Como vimos o §6º do artigo 37 da LE permite a utilização de bandeiras atendidas as regras descritas.

A **alternativa D** está correta. O conceito de bem de uso comum, para fins eleitorais, é mais amplo e alcança propriedades particulares de livre acesso ao público, conforme o §4º do art. 37 da LE.

2 - Alto-falantes e Amplificadores de Som

A utilização de alto-falantes e de amplificadores é, em regra, **permitida**. Tais instrumentos somente poderão ser utilizados **entre as 8 horas e 22 horas**.

Em razão da poluição sonora que esses instrumentos geram, não podem ser utilizados próximos a órgãos públicos, a hospitais e a escolas, devem manter uma **DISTÂNCIA SUPERIOR A 200 METROS**. Essas regras constam do art. 39, §3º, da LE:

§ 3º O **funcionamento de alto-falantes ou amplificadores** de som, ressalvada a hipótese contemplada no parágrafo seguinte, somente é **permitido entre as OITO E AS VINTE E DUAS HORAS**, sendo vedados a instalação e o uso daqueles equipamentos em distância inferior a duzentos metros:

I – das **sedes dos Poderes Executivo e Legislativo** da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, das sedes dos **Tribunais Judiciais**, e dos **quartéis** e outros estabelecimentos militares;

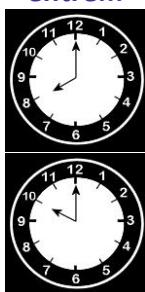
II – dos **hospitais e casas de saúde**;

III – das escolas, bibliotecas públicas, igrejas e teatros, quando em funcionamento.



**PROPAGANDA COM ALTO-FALANTE E
AMPLIFICADOR**

entre...



VEDA-SE O USO EM DISTÂNCIA INFERIOR A 200M DE:

- órgãos públicos em geral (Executivo, Legislativo, Judiciário e quartéis).
- hospitais e casas de saúde.
- escolas, bibliotecas públicas, igrejas e teatros.

E se a regra for descumprida? Haverá aplicação de multa?

O TSE decidiu por unanimidade que não haverá incidência de multa por ausência de previsão legal. Veja excerto da decisão:

PROTAGONISTAS ELEITORAL - ALTO-FALANTES OU AMPLIFICADORES DE SOM - PARÁGRAFO 30 DO ARTIGO 39 DA LEI N° 9.504/1997 - SANÇÃO - INEXISTÊNCIA. A transgressão ao § 31 do artigo 39 da Lei n° 9.504/1997 gera providência administrativa para fazer cessá-la, não havendo campo para a incidência de multa, ante ausência de previsão legal.²⁶

Bastante semelhante à regra acima é o art. 244, II e § único, do CE. Apenas vejamos o dispositivo para conhecimento do teor literal. Ressalte-se, entretanto, que é aplicável o limite de 200 metros previstos na regra da Lei das Eleições e não os 500 metros previstos no CE:

Art. 244. É assegurado aos partidos políticos registrados o direito de, independentemente de licença da autoridade pública e do pagamento de qualquer contribuição: (...)

II – instalar e fazer funcionar, normalmente, das quatorze às vinte e duas horas, nos três meses que antecederem as eleições, alto-falantes ou amplificadores de voz, nos locais

²⁶ RECURSO ESPECIAL ELEITORAL N° 35.724, Min. Rel. Ministro Marco Aurélio, Tribunal Pleno, Publicado em sessão de 21/08/2012.

referidos, assim como em veículos seus, ou à sua disposição, em território nacional, com observância da legislação comum.

Parágrafo único. Os meios de propaganda a que se refere o nº II deste artigo não serão permitidos, ~~a menos de 500 metros~~:

- I – das sedes do Executivo Federal, dos Estados, Territórios e respectivas Prefeituras Municipais;
- II – das Câmaras Legislativas Federais, Estaduais e Municipais;
- III – dos Tribunais Judiciais;
- IV – dos hospitais e casas de saúde;
- V – das escolas, bibliotecas públicas, igrejas e teatros, quando em funcionamento;
- VI – dos quartéis e outros estabelecimentos militares.

2.1 - Comícios

O comício consiste em uma reunião pública, em regra realizada ao ar livre, na qual o candidato a cargo político se apresenta aos seus apoiantes e procura conquistar votos.

Conforme vimos acima, atos públicos com a utilização de sonorização podem ser realizados entre as 8 e 22 horas. No caso dos comícios, a Lei das Eleições estabelece duas regras específicas.



Assim, os comícios podem se estender por mais 2 horas em relação à regra geral dos atos públicos com utilização de alto-falantes e de amplificadores. E, no comício de encerramento, ele poderá ser estendido por mais 2 horas e, portanto, perdurar até as 2 horas da madrugada.

Essa regra vem estabelecida art. 39, §4º, da LE:

§ 4º A realização de comícios e a utilização de aparelhagens de sonorização fixas são permitidas no horário compreendido entre as 8 (oito) e as 24 (vinte e quatro) horas, com exceção do **comício de encerramento da campanha, que poderá ser prorrogado por **MAIS 2 (DUAS) HORAS.****

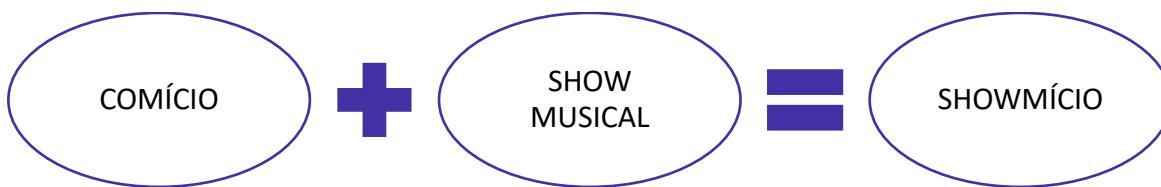
E o denominado “showmício” observa a regra acima?

Importante!!!

O §5º prevê como **crime** punível com pena de detenção de seis meses a um ano OU prestação de serviços à comunidade pelo mesmo período e multa o uso no **DIA DAS ELEIÇÕES** de **alto-falantes e amplificadores** ou promoção de **comícios ou carreatas**.

2.2 - Showmício

O showmício é uma espécie de comício que se caracteriza pela reunião pública do candidato e dos eleitores com a utilização de música.



Acerca da possibilidade dos referidos showmícios, lembre-se de que: **SÃO VEDADAS AS PROPAGANDAS ELEITORAIS COM A REALIZAÇÃO DE SHOWMÍCIO**

É que dispõe o art. 39, §7º, da LE:

§ 7º É PROIBIDA a realização de showmício e de evento assemelhado para promoção de candidatos, bem como a apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício e reunião eleitoral.

O STF²⁷ no julgamento da ADI 5970/DF reconheceu a constitucionalidade da proibição dos "showmícios", porém permitiu a apresentação artística em eventos de arrecadação para campanha eleitoral. Veja a ementa do julgado:

É vedada a realização, remunerada ou não, de “showmícios”, conforme o disposto no art. 39, § 7º, da Lei nº 9.504/1997.

²⁷ STF. Plenário. ADI 5970/DF, Rel. Min. Dias Toffoli, julgado em 7/10/2021 (Info 1033).

A apresentação artística em eventos de arrecadação para campanha eleitoral não está inserida na proibição à realização de “showmícios”.

Sigamos com outras formas específicas de propaganda eleitoral.

OUTDOORS

Vimos algumas páginas acima que, em propriedades privadas, é possível a afixação de propaganda eleitoral espontânea e gratuita com extensão não superior a 0,5m².

Costumeiramente, define-se *outdoor* como cartaz ou painel publicitário, de grande dimensão, fixados em locais com visibilidade e de grande movimento.

Tal como o *showmício*, **A UTILIZAÇÃO DE OUTDOORS É VEDADA** pela lei eleitoral.

É a regra que vem estabelecida no §8º, do art. 39, da LE:

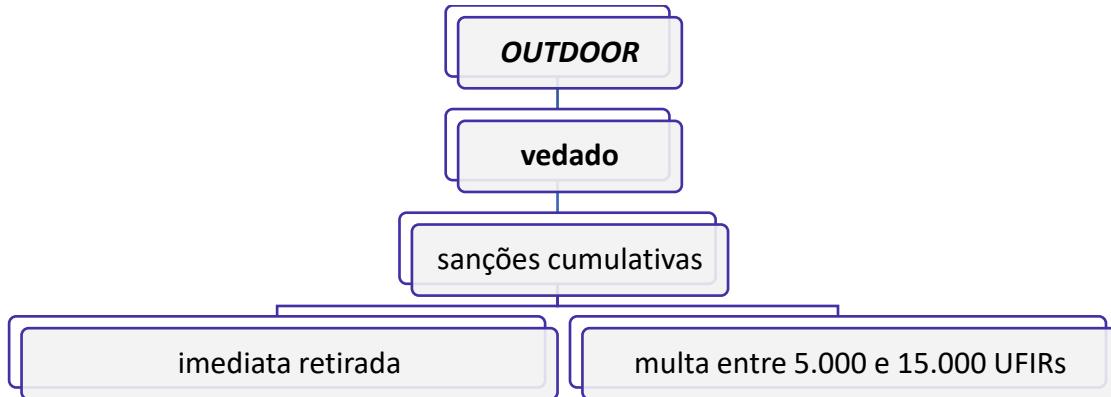
§ 8º É **VEDADA** a propaganda eleitoral mediante outdoors, sujeitando-se a empresa responsável, os partidos, coligações e candidatos à **imediata retirada** da propaganda irregular **e** ao pagamento de **multa no valor de 5.000 (cinco mil) a 15.000 (quinze mil) UFIRs**.

Dada a natureza publicitária e o valor que é necessário desembolsar para a utilização desse instrumento para a propaganda eleitoral, o *outdoor* é considerado um instrumento de poder econômico que, utilizado no âmbito eleitoral, constitui abuso.

O TSE²⁸ entende que caberá a multa ainda que o outdoor não tenha pedido explícito de votos.

Caso violada a regra, a empresa de publicidade, o candidato, o partido político e a coligação ficarão sujeitos a imediata retirada e multa no valor arbitrado entre 5.000 a 15.000 UFIRs.

²⁸ Ac.-TSE, de 16.9.2021, no AgR-REspEl nº 060004743



BRINDES

Vejamos, inicialmente, o dispositivo da LE:

§ 6º É **VEDADA** na campanha eleitoral a 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.**

Dessa forma, a utilização de brindes, em geral, é vedada nas campanhas eleitorais. Pode configurar a prática de captação ilícita de sufrágio, emprego de propaganda vedada e até abuso de poder. Embora o dispositivo traga apenas alguns exemplos de artigos e de objetos vedados, é importante que memorizemos as hipóteses para a prova.



É VEDADA A DISTRIBUIÇÃO DE

camisetas

chaveiros

bonés

canetas

brindes

cestas básicas

TRIO ELÉTRICO

Do mesmo modo que o *showmício*, a utilização de **trios elétricos** pelos partidos políticos como instrumento de propaganda eleitoral é expressamente **VEDADA** pela Lei das Eleições, *a não ser que seja utilizado para a sonorização de comício*.

Entende-se, também, que a utilização de tais caminhões constitui forma de abuso de poder econômico nas eleições, que fere, de forma desproporcional, a igualdade entre os candidatos na propaganda eleitoral.

§ 10. Fica **VEDADA** a utilização de **trios elétricos** em campanhas eleitorais, **EXCETO** para a **sonorização de comícios**.

Exceção: a utilização dos referidos trios para a **sonorização em comícios**, conforme já comentado.

Para finalizar, vejamos as regras que permitem a utilização de “carros de som”.

CARROS DE SOM E MINITRIOS

De acordo com o art. 39, §11, da LE, a utilização de carro de som e de minitrios são permitidos. Para tanto, o volume do som **NÃO poderá ultrapassar o limite de 80dB de pressão sonora**. Esse dispositivo foi parcialmente alterado pela **Lei nº 13.488/2017**.

É o que extraímos do dispositivo abaixo:

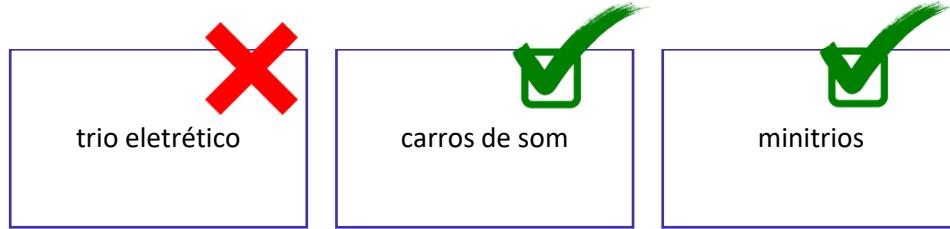
§ 11. É **permitida** a circulação de **carros de som e minitrios** como meio de propaganda eleitoral, desde que observado o limite de **oitenta decibéis de nível de pressão sonora, medido a sete metros de distância do veículo**, e respeitadas as vedações previstas no § 3º deste artigo, apenas **em carreatas, caminhadas e passeatas ou durante reuniões e comícios**.
(Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

Antes da reforma tínhamos apenas um único requisito para utilização da espécie de propaganda, após a Lei nº 13.488/2017 são dois requisitos, vejamos:

- ↳ limite sonoro de **80 decibéis** medidos a sete metros de distância; e
- ↳ utilização em **carreatas, caminhadas e passeatas** ou durante **reuniões e comícios**.

O que a reforma fez foi restringir ainda mais esse meio de propaganda eleitoral ao possibilitar a sua utilização tão somente em carreatas, caminhadas e passeatas, ou durante reuniões e comícios. Logo, não pode mais o candidato contratar carros de som para ficar rodando pela região com *jingles* de campanha.

Portanto, temos:



E o que diferencia um do outro?

Dificilmente esse assunto será abordado em prova. Contudo, existe, na LE, uma parametrização em razão da potência de amplificação do som, calculada em watts. Vejamos:

§ 12. Para efeitos desta Lei, considera-se:

I - **carro de som**: veículo automotor que usa equipamento de som com potência nominal de amplificação de, **no máximo, 10.000 (dez mil) watts**;

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

III - **trio elétrico**: veículo automotor que usa equipamento de som com potência nominal de amplificação **maior que 20.000 (vinte mil) watts**.

Além desse dispositivo, a Lei nº 13.165/2015 especifica o conceito de carro de som do seguinte modo:

§ 9º-A. Considera-se carro de som, além do previsto no § 12, **qualquer veículo, motorizado ou não, ou ainda tracionado por animais, que transite divulgando jingles ou mensagens de candidatos.**

Ou seja, o legislador procurou alargar o conceito de carro de som, não apenas para os automóveis motorizados propriamente, mas todo e qualquer automóvel, inclusive os tracionados por animais.

LIMITE DE HORÁRIO PARA A PROPAGANDA ELEITORAL NAS VÉSPERAS DAS ELEIÇÕES

O limite de horário estabelecido é **até as 22 horas do dia que antecede as eleições**. Ou seja, até as 22 horas do sábado, antes das eleições, candidatos e partidos políticos poderão distribuir material de propaganda eleitoral regularmente.

§ 9º Até as vinte e duas horas do dia que antecede a eleição, serão permitidos distribuição de material gráfico, caminhada, carreata, passeata ou carro de som que transite pela cidade divulgando jingles ou mensagens de candidatos.

DISPONIBILIZAÇÃO DE MATERIAL ELEITORAL

até as 22 horas do dia anterior ao das eleições

PROPAGANDA ELEITORAL NO DIA DAS ELEIÇÕES

No que diz respeito à manifestação de propagandas no dia das eleições, dois assuntos destacam-se:

1 - Hipóteses de Crime Eleitoral

O primeiro deles está previsto no art. 39, §5º, da LE, que citamos:

§ 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:

I – o uso de **alto-falantes e amplificadores** de som ou a promoção de **comício** ou **carreata**;

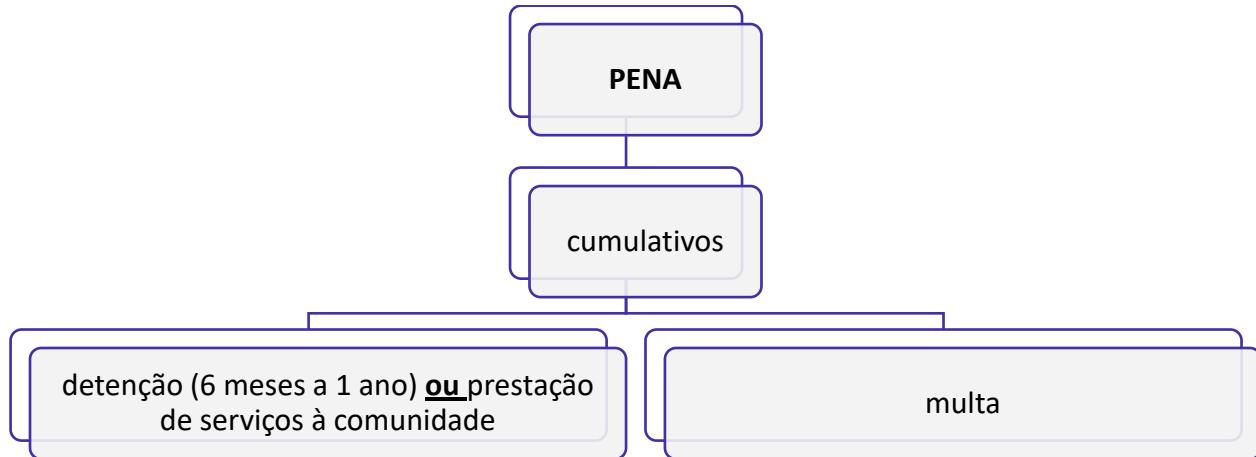
II – a **arregimentação de eleitor** ou a **propaganda de boca-de-urna**;

III – a **divulgação de qualquer espécie de propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos**.



CONSTITUI CRIME

- utilização de alto-falantes e de amplificadores de som
- comício
- carreata
- arregimentação de eleitor
- propaganda de boca de urna
- divulgação de propaganda eleitoral



No dia das eleições a propaganda eleitoral é vedada. Apenas manifestações silenciosas e individuais são admissíveis. Em razão disso, algumas condutas são penalmente puníveis como o uso de alto-falantes e amplificadores, a arregimentação de eleitores, a boca de urna etc.

A **Lei nº 13.488/2017** acrescentou o inc. IV do §5º do art. 39, da Lei das Eleições, trazendo mais uma conduta penal:

§ 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 impulsionamento 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. (Incluído dada pela Lei nº 13.488, de 2017).

De acordo com o dispositivo, constitui crime a publicação de novos conteúdos ou o impulsionamento de novas publicações na internet no dia das eleições. Quem praticar o crime fica sujeito às seguintes sanções:

- ↳ detenção de seis meses a um ano;
- ↳ prestação de serviços à comunidade pelo mesmo período; e
- ↳ multa no valor de 5.000 a 15.000 UFIRs.



- a) somente é permitida por 30 dias anteriores à eleição.
- b) é vedada propaganda paga no rádio e na televisão.
- c) é vedada a colocação de mesas móveis para distribuição de material de campanhas em vias públicas, ainda que não atrapalhem o andamento do trânsito de pessoas e veículos.
- d) configura crime a divulgação de qualquer espécie de propaganda de candidato, no dia da eleição, excepcionado a publicação de novos conteúdos ou o impulsionamento de conteúdos nas aplicações de internet.
- e) é permita em campanha eleitoral a distribuição por comitês ou candidatos de bonés, chaveiros, canetas e camisetas.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. O artigo 36 da LE prevê que a propaganda eleitoral será permitida após o dia 15 de agosto do ano eleitoral.

A **alternativa B** está correta e é o gabarito da questão. A assertiva traz a literalidade do §2º do artigo 36 da LE.

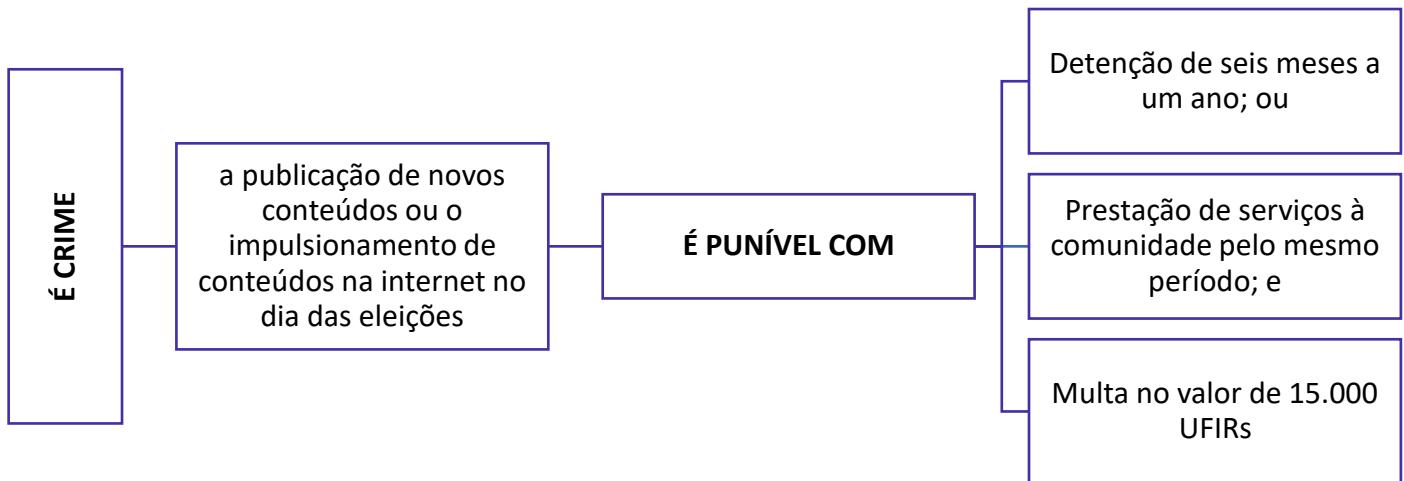
A **alternativa C** está incorreta. Como vimos o §6º do artigo 37 da LE permite a colocação de mesas móveis para distribuição de material de campanha.

A **alternativa D** está incorreta. A publicação de novos conteúdos ou impulsionamento de conteúdos na internet no dia da eleição são também considerados crimes conforme art. 39 IV da LE.

A **alternativa E** está incorreta. É conduta vedada pelo §6º do art. 39 da LE confecção e utilização de camisetas, chaveiros, bonés, canetas, brindes, cestas básicas ou quaisquer outros bens que proporcionem vantagem ao eleitor.



Para a prova:



2 - Manifestação Individual e Silenciosa

O art. 39-A, da LE, traz uma hipótese específica, a qual não podemos denominar propriamente de propaganda eleitoral. O dispositivo trata da manifestação individual e silenciosa por parte do eleitor no dia das eleições.

Segundo o dispositivo abaixo, ***o eleitor poderá comparecer às eleições manifestando apoio ao candidato ou ao partido político de preferência com o uso de bandeiras, de broches, de dísticos e de adesivos***. Trata-se de uma forma de manifestação da liberdade expressão.

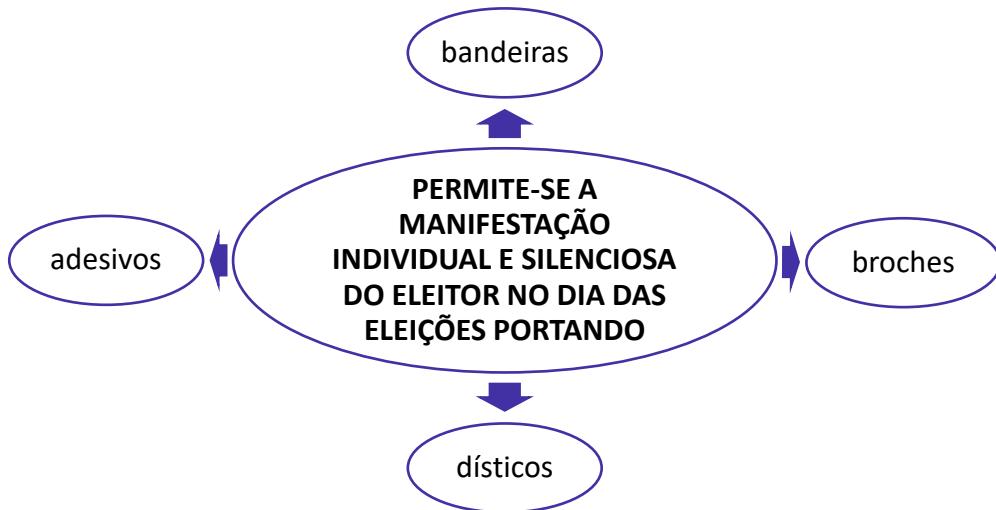
A título de curiosidade, dístico é um letreiro, ou rótulo, do candidato ou de partido político.

Vejamos o *caput*, do art. 39-A, da LE:

Art. 39-A. É permitida, no dia das eleições, a manifestação individual e silenciosa da preferência do eleitor por partido político, coligação ou candidato, revelada EXCLUSIVAMENTE pelo uso de bandeiras, broches, dísticos e adesivos.



Para a sua prova...



Ainda quanto ao dia das eleições, vejamos os §§, do art. 39-A, que trazem vedações específicas, aplicáveis às pessoas em geral que trabalharem nas eleições e aos fiscais partidários.

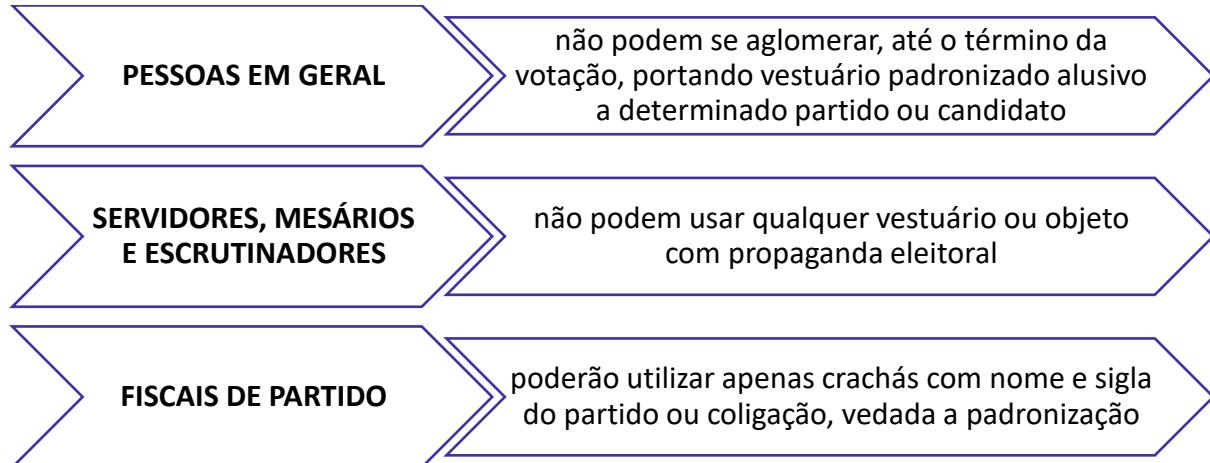
§ 1º É **VEDADA**, no dia do pleito, **até o término do horário de votação**, a **aglomeração de pessoas portando vestuário padronizado**, bem como os instrumentos de propaganda referidos no caput, de modo a caracterizar manifestação coletiva, com ou sem utilização de veículos.

§ 2º **NO RECINTO DAS SEÇÕES ELEITORAIS E JUNTAS APURADORAS**, é **proibido** aos servidores da Justiça Eleitoral, aos mesários e aos escrutinadores o **uso de vestuário ou objeto que contenha qualquer propaganda** de partido político, de coligação ou de candidato.

§ 3º Aos **FISCAIS PARTIDÁRIOS**, nos trabalhos de votação, só é **permitido que, em seus crachás, constem o nome e a sigla do partido político ou coligação** a que sirvam, **VEDADA a padronização** do vestuário.

§ 4º No dia do pleito, serão **afixadas cópias deste artigo em lugares visíveis** nas partes interna e externa das seções eleitorais.

Para a prova...



PODER DE POLÍCIA VERSUS PROPAGANDA ELEITORAL

A regra quando se trata de propaganda eleitoral é a liberdade de realização, vez que sem a menor dúvida a propaganda eleitoral é um direito subjetivo dos candidatos, dos partidos políticos e das coligações, permitindo que divulguem as respectivas candidaturas. Também é um direito do eleitor, que no legítimo exercício da liberdade de expressão pode manifestar seu apoio aos candidatos, assim como se informar das propostas e planos partidários.

Segundo Rodrigo Tenório²⁹:

A possibilidade de o candidato realizar propaganda é reflexo da conquista da democracia, consagrada no art. 1º da Constituição Federal. Como o constituinte estabeleceu que vivemos numa democracia representativa com alguns instrumentos de democracia direta, é necessário dar os meios para que os interessados em representar o povo levem suas ideias a ele.

Dessa forma, a liberdade de fazer propaganda eleitoral constitui uma prerrogativa. Em razão disso, prevê o art. 41, da LE:

Art. 41. A propaganda exercida nos termos da legislação eleitoral não poderá ser objeto de multa nem cerceada sob alegação do exercício do poder de polícia **ou de violação de postura municipal**, casos em que se deve proceder na forma prevista no art. 40.

Ou seja, é garantido o direito da propaganda eleitoral, mas devem ser observadas as regras previstas no ordenamento. Somente diante de propaganda eleitoral irregular é que se cogita a atuação estatal no sentido de retirá-la, demovê-la do local e responsabilizar, civilmente, os responsáveis.

²⁹ TENÓRIO, Rodrigo. **Direito Eleitoral**. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2014, p. 265.

Nesse contexto, prevê os §§ 1º e 2º do dispositivo supracitado:

§ 1º O poder de polícia sobre a propaganda eleitoral será exercido pelos juízes eleitorais e pelos juízes designados pelos Tribunais Regionais Eleitorais.

§ 2º O poder de polícia se **restringe às providências necessárias para inibir práticas ilegais, VEDADA a censura prévia** sobre o teor dos programas a serem exibidos na televisão, no rádio ou na Internet.

O poder de polícia compreende a adoção de medidas necessária para coibir práticas ilegais e não em censura prévia de conteúdos que serão veiculados.

A legislação eleitoral deixa claro: quem decide quanto a legalidade da propaganda e quanto a necessidade e conveniência de interferência limitando ou proibindo são os juízes eleitorais. Não cabe a polícia ou a autoridade municipal atuar nesta função.

Desse modo, diante de uma irregularidade, o magistrado deverá exercer o poder de polícia a fim de normalizar e de garantir a legitimidade do processo eleitoral. É o que se extrai do art. 249, do CE:

Art. 249. O direito de propaganda não importa restrição ao poder de polícia quando este deva ser exercido em benefício da ordem pública.

Não é nossa tarefa aqui definir o que se entende por poder de polícia, contudo, a fim de que tenhamos uma rápida noção da matéria, segundo a doutrina de Direito Administrativo, na definição de Hely Lopes Meirelles, o poder de polícia constitui a faculdade de que dispõe o Estado de condicionar e de restringir os bens, as atividades e os direitos individuais visando a ajustá-las aos interesses da coletividade.

Vejamos, ainda, o art. 251, do CE:

Art. 251. No período destinado à propaganda eleitoral gratuita não prevalecerão quaisquer contratos ou ajustes firmados pelas empresas que possam burlar ou tornar inexecutável qualquer dispositivo deste Código ou das instruções baixadas pelo Tribunal Superior Eleitoral.

Segundo, pergunta-se:

Pode o magistrado, ao verificar uma propaganda irregular, determinar a retirada de ofício e aplicar a multa ao candidato responsável?

Cuidado!!!

Diante da supremacia do interesse público evidente no processo eleitoral a justiça eleitoral poderá instaurar o procedimento de apuração das irregularidades de ofício. Inclui-se, no dever do magistrado, determinar a retirada do material e da propaganda irregular, contudo, não poderá aplicar de ofício (*ex officio*) a multa eleitoral por descumprimento da legislação.

A aplicação da multa depende da representação, que será apresentada ao Juiz Eleitoral, ao TRE ou ao TSE, a depender da natureza do cargo eletivo, tal como vimos nas páginas acima nessa aula.

Segundo Rodrigo Tenório³⁰:

São legitimados para as representações (ações) por propaganda irregular o MP, os partidos, os candidatos e as coligações. Não há possibilidade de o juiz iniciar a ação de ofício. Vige aqui, plenamente, o princípio da inércia. Ao receber a notícia de irregularidade, o magistrado há de encaminhá-la ao Parquet.

Nesse sentido há, inclusive, Súmula do TSE:

Súmula TSE nº 18

Con quanto investido de poder de polícia, **não tem legitimidade o juiz eleitoral para, de ofício, instaurar procedimento com a finalidade de impor multa pela veiculação de propaganda eleitoral em desacordo com a Lei nº 9.504/97.**

CAPTAÇÃO ILÍCITA DE SUFRÁGIO

Entre as hipóteses de condutas que geram abuso de poder econômico, destaca-se a captação ilícita de sufrágio. A captação ilícita de votos decorre de atos do candidato de doar ou de oferecer bens ou vantagens ao eleitor em troca de votos. Constitui a forma mais ardilosa de se obter o voto.

Nesse sentido, vejamos o que dispõe o art. 41-A, da LE:

Art. 41-A. Ressalvado o disposto no art. 26 e seus incisos, constitui captação de sufrágio, vedada por esta Lei, o candidato **doar, oferecer, prometer, ou entregar, ao eleitor, com o fim de obter-lhe o voto**, bem ou vantagem pessoal de qualquer natureza, inclusive emprego ou função pública, desde o registro da candidatura até o dia da eleição, inclusive, sob pena de **multa de mil a cinquenta mil UFIR, e cassação do registro ou do diploma**, observado o procedimento previsto no art. 22 da Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990.

Notem que a captação ilícita de sufrágio, em razão da gravidade, pode gerar, além da multa, a cassação do diploma do candidato.

Vejamos os §§ finais:

³⁰ TENÓRIO, Rodrigo. **Direito Eleitoral**, p. 296.

§ 1º Para a caracterização da conduta ilícita, é **desnecessário** o pedido explícito de votos, bastando a evidência do dolo, consistente no especial fim de agir.

§ 2º As sanções previstas no caput aplicam-se contra quem praticar atos de violência ou grave ameaça a pessoa, com o fim de obter-lhe o voto.

§ 3º A representação contra as condutas vedadas no caput poderá ser **ajuizada até a data da diplomação**.

§ 4º O prazo de recurso contra decisões proferidas com base neste artigo será de **3 (três) dias, a contar da data da publicação do julgamento** no Diário Oficial.

Dos parágrafos acima podemos concluir algumas informações importantes.

↳ O pedido explícito de votos é apenas uma das formas de caracterização da captação ilícita de votos. Qualquer forma, ainda que dissimulada, pela qual o candidato **haja com o dolo de conseguir o voto ilicitamente** poderá ser configurado como captação ilícita.

Há decisão do TSE³¹ afirmado, por exemplo, que o oferecimento de dinheiro em troca de abstenção caracteriza a captação ilícita de sufrágio.

↳ Não basta uma promessa genérica de vantagem, é preciso que a oferta do benefício seja concreta e individualizada para eleitor determinado ou determinável.

↳ A representação por captação ilícita de votos poderá ser **ajuizada até a data da diplomação do candidato, caso seja eleito**.

↳ Da decisão proferida na representação ilícita é cabível **recurso** para instância superior no prazo de **três dias**.

PROPAGANDA ELEITORAL EM MÍDIA IMPRESSA OU DIGITAL

A propaganda eleitoral em mídia impressa é disciplinada pelo art. 43, da LE. Há uma diferença fundamental dessa modalidade de propaganda eleitoral em relação à propaganda no rádio e na TV:

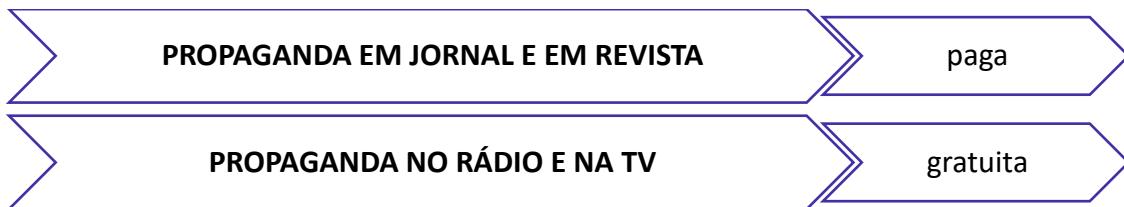
É EXCLUSIVAMENTE PAGA!

Ao contrário da propaganda do rádio e da televisão que é exclusivamente gratuita, como veremos adiante, a propaganda em jornais e em revistas será sempre paga.

³¹ Ac.-TSE, de 1º.3.2007, no REspe nº 26118



Assim:



Vejamos, em seguida, o dispositivo da Lei das Eleições:

Art. 43. São permitidas, até a antevéspera das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na Internet do jornal impresso, de **ATÉ 10 (DEZ) ANÚNCIOS** de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada candidato, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide.

§ 1º Deverá constar do anúncio, de forma visível, o valor pago pela inserção.

§ 2º A inobservância do disposto neste artigo sujeita os responsáveis pelos veículos de divulgação e os partidos, coligações ou candidatos beneficiados a multa no valor de **R\$1.000,00 (mil reais) a R\$10.000,00 (dez mil reais) ou equivalente ao da divulgação da propaganda paga**, se este for maior.

São várias as informações relevantes que devemos levar para a prova sobre esse dispositivo. Vejamos:



PROPAGANDA ELEITORAL EM JORNAL OU EM REVISTA

- é paga
- admissível até a antevéspera das eleições (sexta-feira)
- no máximo 10 anúncios por jornal ou por revista
- máximo de 1/8 da página se em jornal padrão e 1/4 se em revista
- deve constar do anúncio o valor da propaganda

Caso violada a regra acima, o candidato, o partido ou a coligação, bem como o responsável pela divulgação, ficarão responsáveis pela multa eleitoral no valor de R\$ 1.000,00 a R\$ 10.000,00 ou o valor da propaganda, caso seja superior a R\$ 10.000,00.

O plenário do TSE, por unanimidade, reafirmou que os jornais e demais veículos podem assumir posição em relação ao pleito sem que isso se caracterize propaganda ilícita³². E reconheceu, ainda, a incompetência da Justiça Eleitoral para impor restrições ou proibições à liberdade de informação e à opinião da imprensa escrita, salvo, unicamente, as relativas à publicidade paga e à garantia do direito de resposta³³.

| MULTA | | |
|------------------------------|----|--|
| R\$ 1.000,00 a R\$ 10.000,00 | OU | O valor da propaganda se superior a R\$ 10.000,00 |

Vejamos, ainda, uma questão que cobra o assunto estudado:



(FCC - 2017) Dora, candidata a Prefeita de São Paulo, pela primeira vez durante toda sua campanha, realizou, na véspera das eleições, propaganda eleitoral paga por meio de um anúncio publicado em determinada página de um jornal, no qual constou, de forma visível, o valor pago pela inserção. A propaganda realizada por Dora é

A) regular, desde que tenha sido utilizado o espaço máximo de 1/8 de página se se tratar de jornal padrão e de 1/4 de página se se tratar de tabloide.

³² Recurso Especial Eleitoral 316-66, Min. Rel. Maria Thereza de Assis Moura, Tribunal Pleno, DOU 29/09/2015.

³³ Medida Cautelar N° 1.241, Min. Rel. Sepúlveda Pertence, Tribunal Pleno, DOU 03/02/2006.

- B) irregular, pois quando realizada na imprensa escrita, a propaganda é permitida até a antevéspera das eleições.
- C) irregular, pois é proibida a sua realização mediante pagamento.
- D) regular, pois quando realizada na imprensa escrita, a propaganda é permitida até a véspera das eleições.
- E) regular, desde que tenha sido utilizado o espaço máximo de 1/4 de página se se tratar de jornal padrão e de 1/2 de página se se tratar de tabloide.

Comentários

O art. 43, da Lei das Eleições, trata da propaganda na imprensa escrita. Portanto, a propaganda na véspera das eleições é irregular, de modo que a **alternativa B** está correta e é o gabarito da questão.

PROPAGANDA NO RÁDIO E NA TELEVISÃO

1 - Introdução

Adentramos, nesse momento, na parte mais importante e extensa da aula de hoje: a propaganda no rádio e na televisão. Se não bastasse ser um assunto extenso, é muito relevante e devemos redobrar a atenção. Dessa maneira, pare um pouco, respire fundo e retome os estudos com a máxima atenção!

Como vimos acima, a propaganda no rádio e na TV é dita “**gratuita**”.

Art. 44. A propaganda eleitoral no rádio e na televisão restringe-se ao horário gratuito definido nesta Lei, **vedada a veiculação de propaganda paga**.

Contudo, uma observação é pertinente. Na realidade, tal propaganda é efetivamente paga. É paga por nós, por todos nós, que pagamos impostos! Ao efetuar o recolhimento fiscal, **as empresas descontam, dos valores a serem recolhidos aos cofres públicos, o montante relativo à propaganda eleitoral de rádio e televisão**.

A vedação a propaganda paga visa impedir que a televisão e rádio, mídias que exercem forte influência na formação da opinião pública, desequilibrem o jogo eleitoral.

Outra informação relevante diz respeito ao fato de que tais propagandas são veiculadas obrigatoriamente em emissoras que operam VHS e UHF (denominado de *canais abertos*), não sendo veiculadas em canais fechados de TV e de rádio, tais como SKY e NET.

Além disso, na propaganda veiculada na TV deve ser utilizada também a língua brasileira de sinais, a LIBRAS ou o recurso de legendas. É o que dispõe o art. 44, §1º, da LE:

§ 1º A propaganda eleitoral gratuita na televisão deverá utilizar a Linguagem Brasileira de Sinais – LIBRAS ou o recurso de legenda, que deverão constar obrigatoriamente do material entregue às emissoras.

Existe na lei brasileira de inclusão da pessoa com deficiência (Lei 13.146/15), ainda, um artigo que prevê a utilização de recursos que facilitam a inclusão nos serviços de radiodifusão de sons e imagens. Essas medidas são importantes para que se concretize uma democracia substancial e não apenas a formal. Veja o art. 67 da Lei 13.146/15:

Art. 67. Os serviços de radiodifusão de sons e imagens devem permitir o uso dos seguintes recursos, entre outros:

- I - subtitulação por meio de legenda oculta;
- II - janela com intérprete da Libras;
- III - audiodescrição.

Ainda em relação ao art. 44, o §3º fixa que será punida, com a penalidade prevista no §1º do art. 37 da LE, a emissora de televisão ou de rádio que não estiver autorizada a funcionar e veicular propaganda eleitoral. As emissoras de radiodifusão e imagem são concessões públicas e devem atuar de forma regular. A penalidade será de multa de R\$ 2000,00 a R\$8.000,00.

O §2º do art. 44 veda a utilização comercial ou propagandas para promover marca ou produto durante o horário reservado para a propaganda eleitoral.

§ 2º No horário reservado para a propaganda eleitoral, não se permitirá **utilização comercial ou propaganda** realizada com a intenção, ainda que disfarçada ou subliminar, de promover marca ou produto.

§ 3º Será punida, nos termos do § 1º do art. 37, a emissora que, **não autorizada** a funcionar pelo poder competente, veicular propaganda eleitoral.

2 - Vedações às emissoras de rádio e de TV após 05 de agosto de ano eleitoral

O art. 45 traz uma série de vedações às emissoras em relação à programação normal com o encerramento do prazo para a realização das convenções.

E qual é o prazo, mesmo?

CINCO DE AGOSTO! Portanto, a partir de cinco de agosto de 2015, a legislação eleitoral estipula uma série de vedações. Vejamos:

Art. 45. Encerrado o prazo para a realização das convenções no ano das eleições, é VEDADO às emissoras de rádio e televisão, em sua programação normal e em seu noticiário:

- I – 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;
- II – ~~usar trucagem, montagem ou outro recurso de áudio ou vídeo que, de qualquer forma, degradem ou ridicularizem candidato, partido ou coligação, ou produzir ou veicular programa com esse efeito;~~**
- III – veicular propaganda política ou ~~difundir opinião favorável ou contrária a candidato, partido, coligação, a seus órgãos ou representantes;~~**

Em relação aos inc. II e III, o STF³⁴, por intermédio de decisão liminar, suspendeu a aplicação da parte taxada dos respectivos dispositivos.

Segundo o teor da decisão da liminar, houve violação à liberdade de expressão:

(...) **Não cabe ao Estado**, por qualquer dos seus órgãos, **definir previamente** o que pode ou **o que não pode ser dito por indivíduos e jornalistas**. Dever de omissão que inclui a própria atividade legislativa, pois é vedado à lei dispor sobre o núcleo duro das atividades jornalísticas, assim entendidas as coordenadas de tempo e de conteúdo da manifestação do pensamento, da informação e da criação lato sensu. Vale dizer: não há liberdade de imprensa pela metade ou sob as tenazes da censura prévia, pouco importando o Poder estatal de que ela provenha. Isso porque a liberdade de imprensa não é uma bolha normativa ou uma fórmula prescritiva oca. Tem conteúdo, e esse conteúdo é formado pelo rol de liberdades que se lê a partir da cabeça do art. 220 da Constituição Federal: liberdade de “manifestação do pensamento”, liberdade de “criação”, liberdade de “expressão”, liberdade de “informação”. Liberdades constitutivas de verdadeiros bens de personalidade, porquanto correspondentes aos seguintes direitos que o art. 5º da nossa Constituição intitula de “Fundamentais”: a) “livre manifestação do pensamento” (inciso IV); b) “livre [...] expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação” (inciso IX); c) “acesso a informação” (inciso XIV).

Da decisão extrai-se, ainda:

Os dispositivos legais não se voltam, propriamente, para aquilo que o TSE vê como imperativo de imparcialidade das emissoras de rádio e televisão. Visa a coibir um estilo peculiar de fazer imprensa: aquele que se utiliza da trucagem, da montagem ou de outros recursos de áudio e vídeo como técnicas de expressão da crítica jornalística, em especial os programas humorísticos.

³⁴ ADI 4451 MC-REF, Relator(a): Min. AYRES BRITTO, Tribunal Pleno, julgado em 02/09/2010, PROCESSO ELETRÔNICO DJe-125 DIVULG 30-06-2011 PUBLIC 01-07-2011 REPUBLICAÇÃO: DJe-167 DIVULG 23-08-2012 PUBLIC 24-08-2012 RTJ VOL-00221- PP-00277.

Para arrematar:

Apenas se estará diante de uma **conduta vedada** quando a **crítica ou matéria jornalísticas venham a descambar para a propaganda política, passando nitidamente a favorecer uma das partes na disputa eleitoral**. Hipótese a ser avaliada em cada caso concreto. 10. Medida cautelar concedida para suspender a eficácia do inciso II e da parte final do inciso III, ambos do art. 45 da Lei 9.504/1997, bem como, por arrastamento, dos §§ 4º e 5º do mesmo artigo.

Portanto, o que se percebe, a partir do entendimento do TSE, é que a vedação à trucagem, à montagem ou aos recursos de áudio e vídeo que degradem ou ridicularizem candidatos somente será passível de vedação se tiver cunho eminentemente eleitoreiro, visando prejudicar ou beneficiar determinado candidato ou partido.

Sigamos com as hipóteses vedadas:

IV – dar tratamento privilegiado a candidato, partido ou coligação;

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

VI – 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 a variação nominal por ele adotada. Sendo o nome do programa o mesmo que o do candidato, fica proibida a sua divulgação, sob pena de cancelamento do respectivo registro.



Para facilitar a memorização, vejamos o quadro abaixo:

A PARTIR DE 05 DE AGOSTO VEDA-SE ÀS EMISSORAS:

- divulgar consulta popular de natureza eleitoral
- veicular propaganda política
- realizar tratamento privilegiado a candidato, a partido ou a coligação
- veicular em seus programas alusão ou crítica a candidato ou a partido político, ainda que de forma dissimulada
- divulgar nome de programa que se refira a candidato escolhido em Convenção.

O §1º é relevante, pois traz uma regra específica que foi alterada pela **Lei nº 13.165/2015**. De acordo com o dispositivo, **VEDA-SE a transmissão de programa apresentado, ou comentado, por pré-candidato a partir de 30 de junho do ano da eleição**.

Vejamos:

§ 1º A PARTIR DE 30 DE JUNHO DO ANO DA ELEIÇÃO, é vedado, ainda, às emissoras transmitir programa apresentado ou comentado por pré-candidato, sob pena, no caso de sua escolha na convenção partidária, de imposição da multa prevista no § 2º e de cancelamento do registro da candidatura do beneficiário.

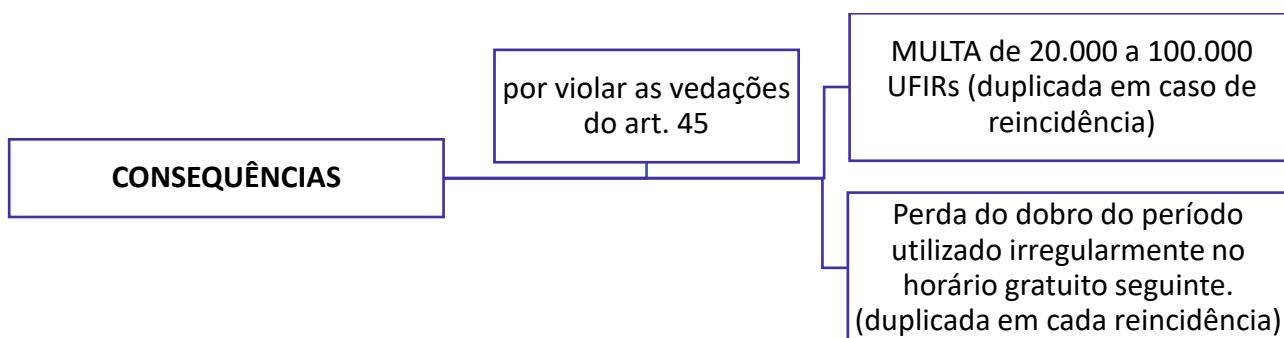
Para a prova...



O candidato que violar a regra acima, além de sofrer multa, terá o registro cancelado.

Vamos em frente!

A violação das regras acima, além de sujeitar o partido político ou coligação à perda do dobro do horário utilizado de forma irregular no horário gratuito seguinte – conforme veremos com mais detalhes adiante –, sujeita a emissora à multa de 20.000 a 100.000 UFIRs. As penalidades, em caso de reincidência, poderão ser duplicadas.



Vejamos o dispositivo:

§ 2º Sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 55, a inobservância do disposto neste artigo sujeita a emissora ao pagamento de multa no valor de vinte mil a cem mil UFIR, duplicada em caso de reincidência.

O **§ 3º** foi revogado. Quanto aos **§§4º e 5º**, em razão da liminar na ADI nº 4.451, foram declarados inconstitucionais por arrastamento, quando da suspensão dos incisos II e III segunda parte. Desse modo, apenas leiamos os dispositivos:

§ 4º ~~Entende-se por trucagem todo e qualquer efeito realizado em áudio ou vídeo que degradar ou ridicularizar candidato, partido político ou coligação, ou que desvirtuar a realidade e beneficiar ou prejudicar qualquer candidato, partido político ou coligação.~~

§ 5º ~~Entende-se por montagem toda e qualquer junção de registros de áudio ou vídeo que degradar ou ridicularizar candidato, partido político ou coligação, ou que desvirtuar a realidade e beneficiar ou prejudicar qualquer candidato, partido político ou coligação.~~

Para finalizar, vejamos a regra do §6º, cuja constitucionalidade também foi discutida perante o STF, contudo, o Órgão Judicial Máximo entendeu que não há ofensa à Constituição:

§ 6º É permitido ao partido político **utilizar na propaganda eleitoral de seus candidatos em âmbito regional, inclusive no horário eleitoral gratuito, a imagem e a voz de candidato ou militante de partido político que integre a sua coligação em âmbito nacional.**

De acordo com o dispositivo é possível, por exemplo, utilizar, na propaganda eleitoral de candidato a deputado ou a senador, a imagem e a voz de candidato a Presidente.

3 - Debates

Os debates eleitorais constituem uma das formas mais relevantes de conhecimento do candidato. Em tais discussões, ao eleitor é dada a oportunidade de conhecer e de ver o confronto dos candidatos, propiciando a escolha mais consciente do voto.

Nesse contexto, segundo o TSE³⁵, é possível a realização, em qualquer época, de debate na Internet com transmissão ao vivo sem a condição imposta ao rádio e à televisão do tratamento isonômico entre os candidatos

Por constituir um instrumento democrático relevante do processo eleitoral, a Lei das Eleições disciplinou expressamente o assunto no art. 46. Os debates podem ocorrer tanto para eleições a **cargos majoritários** como para eleições aos cargos escolhidos pelo **sistema proporcional**.

³⁵ Cta nº 79.636/2010.

É importante registrar que a realização de debates eleitorais constitui uma faculdade outorgada às emissoras que poderão realizá-los independentemente do horário eleitoral gratuito. Em razão disso, não há obrigatoriedade de o candidato participar.

Com o intuito de assegurar o direito de participação nos debates e evitar eventuais distorções e preferências em razão da participação ou não do candidato em debates, o art. 46 da Lei nº 9.504/1997, cria uma regra que garante o direito de participação a determinados partidos políticos. Observe que esse dispositivo foi alterado pela **Lei nº 13.488/2017**. Veja:

Art. 46. **Independentemente** da veiculação de propaganda eleitoral gratuita no horário definido nesta Lei, é facultada a transmissão por emissora de rádio ou televisão de **debates** sobre as eleições majoritária ou proporcional, assegurada a participação de **candidatos dos partidos com representação no Congresso Nacional**, de, no mínimo, cinco parlamentares, e facultada a dos demais, observado o seguinte: (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

Assim, terão direito subjetivo de participar de debates eleitorais, tanto para candidaturas a cargos majoritários como para cargos proporcionais, o partido político que tiver, pelo menos, cinco membros do Congresso Nacional (abrangendo Deputados Federais e Senadores Da República).

Segundo entendimento do TSE no caso das **coligações**:

Nas **eleições proporcionais** – não é mais permitida.

Nas **eleições majoritárias** – soma-se a representação dos **6 maiores partidos** que integram a coligação.

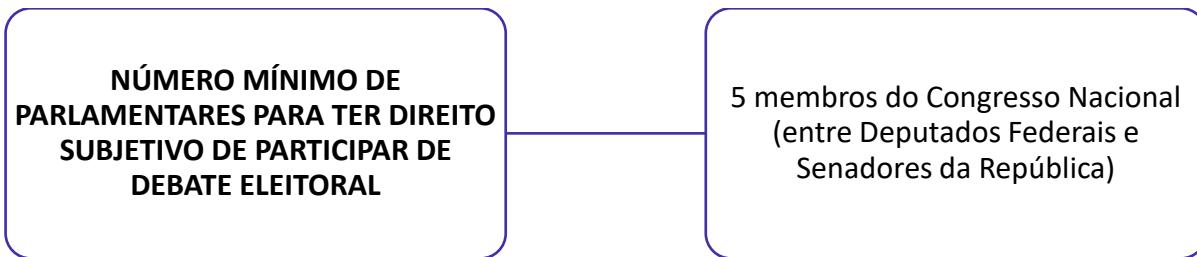
Veja abaixo trecho da Consulta 6275 feita ao TSE em 2016³⁶:

A norma contida no caput do art. 46 da Lei n° 9.504/97 deve ser interpretada levando-se em consideração, no caso de eleição proporcional, a representatividade de todos os partidos que compõem uma determinada coligação e, no caso de eleição majoritária, a soma dos representantes dos seis maiores partidos que integrem a coligação, semelhante ao que ocorre no caso de distribuição do tempo de propaganda eleitoral gratuita, prevista no art. 47, § 2º, I, da Lei n° 9.504/97.

³⁶ Cta nº 62-75.2016.6.00.0000/DF, Min. Rel. Luciana Lóssio, Tribunal Pleno, Publicado em sessão 17/03/16.



Antes da reforma de 2015, a regra falava apenas em representação na câmara de deputados, sem explicitar um número mínimo de parlamentares. Então, a partir da Lei 13.165/15 passou a exigir a representação superior a 9 deputados, posteriormente a Lei nº 13.488/2017, realizou nova modificação:



Nos incisos do art. 46, a LE fixa algumas regras relativas aos debates. Seguindo o arquétipo legislativo, vamos distinguir o regramento relativo às eleições majoritárias e às eleições proporcionais.

↳ ELEIÇÕES MAJORITÁRIAS

Os debates para cargos majoritários poderão ser **realizados com todos os candidatos ou em grupos de três candidatos**. Quanto às regras que regerão a disputa, os candidatos devem se reunir e, em comum acordo, convencionar as regras.

De acordo com a LE, as regras serão consideradas aprovadas se houver a anuência de 2/3 dos candidatos para a realização de debates em primeiro turno. Na hipótese de realização de segundo turno, havendo apenas dois candidatos, ambos os candidatos devem aprovar as regras.

Vejamos, primeiramente, os §§, do art. 46, que tratam da matéria:

§ 4º O debate será realizado 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.

§ 5º Para os debates que se realizarem no primeiro turno das eleições, serão consideradas aprovadas as regras, inclusive as que definirem o número de participantes, que obtiverem a 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**.

Vejamos, agora, o inc. I, do art. 46:

I – nas eleições **MAJORITÁRIAS**, a apresentação dos debates poderá ser feita:

- a) **em conjunto**, estando presentes **todos** os candidatos a um mesmo cargo eletivo;
- b) **em grupos**, estando presentes, **no mínimo, três candidatos**;

⚡ ELEIÇÕES PROPORCIONAIS

Em relação aos debates para os cargos proporcionais, é necessário assegurar a presença de número equivalente de candidatos a todos os partidos e coligações a um mesmo cargo eletivo, sendo possível o desdobramento do debate em várias partes e por vários dias.

II – nas eleições **PROPORCIONAIS**, os debates deverão ser organizados de modo que assegurem a **presença de número equivalente de candidatos de todos os partidos** a um mesmo cargo eletivo e poderão desdobrar-se em mais de um dia, **respeitada a proporção de homens e mulheres** estabelecida no § 3º do art. 10 desta Lei;

De todo modo, não poderá um mesmo candidato participar de mais de um debate na mesma emissora. É o que prevê o §2º, do art. 45:

§ 2º É **vedada** a **presença** de um mesmo candidato a eleição proporcional **em mais de um debate da mesma emissora**.

Os debates devem fazer parte da programação normal da emissora e a escolha da ordem e do dia da fala serão definidos por sorteio ou por acordo entre os partidos e coligações conforme prevê o inc. III abaixo:

III – os debates deverão ser parte de programação previamente estabelecida e divulgada pela emissora, fazendo-se mediante sorteio a escolha do dia e da ordem de fala de cada candidato, salvo se celebrado acordo em outro sentido entre os partidos e coligações interessados.

Se houver eventual violação às regras que vimos acima, a emissora ficará sujeita à **suspensão da programação normal pelo período de 24 horas**.

§ 3º O descumprimento do disposto neste artigo sujeita a empresa infratora às penalidades previstas no art. 56.



DEBATE

- Assegura-se o direito de participar do debate o candidato filiado a partido com pelo menos 5 membros eleitos no Congresso Nacional. Quanto aos partidos com menor representação, faculta-se à emissora convidá-los.
- Aos candidatos deve ser assegurada isonomia.
- O convite ao candidato deverá ser efetuado com 72 horas de antecedência.
- As regras do debate serão estipuladas em acordo com os candidatos, mediante voto de 2/3 em primeiro turno para eleições majoritárias. Em segundo turno, exige-se a concordância de ambos em relação às regras. Já em relação às regras para as eleições proporcionais, será necessária a concordância de 2/3 dos partidos.
- Não poderá o candidato à eleição proporcional participar de mais de um debate na mesma emissora.
- A emissora que violar as regras relativas ao debate poderá ter a programação normal suspensa pelo prazo de 24 horas.

DISTRIBUIÇÃO DE HORÁRIOS

O art. 47, da LE, traz um longo esquema de divisão de horários que devem ser observados pelas emissoras, tanto de rádio como de televisão que operam em VHF e em UHF e os canais de televisão por assinatura sob a responsabilidade do Senado Federal, da Câmara dos Deputados, das Assembleias Legislativas, da Câmara Legislativa do Distrito Federal ou das Câmaras Municipais.

A transmissão da propaganda eleitoral gratuita poderá ocorrer de dois modos básicos: em blocos ou por inserções. A transmissão em bloco possui horários pré-definidos ao longo do período eleitoral conforme veremos. É o famoso “horário eleitoral gratuito”, que é divulgado para toda a rede. Já as propagandas por inserções são aquelas entradas que ocorrem durante a programação normal das emissoras ao longo do dia.



DISTRIBUIÇÃO DA PROPAGANDA ELEITORAL

em bloco

“horário eleitoral gratuito”, transmitido ao mesmo tempo por todas as emissoras

em inserções

são entradas diárias na programação normal de propaganda eleitoral

Na sequência, vamos analisar a disciplina legal da distribuição de horários. Essas regras foram recentemente alteradas pela **Lei nº 13.165/2015**. Dificilmente uma questão objetiva de concurso público exigirá, com detalhes, os dispositivos que veremos. De toda forma, leiam com atenção e, na sequência, vocês compreenderão as informações nas tabelas que apresentaremos.

1 - Propaganda Eleitoral em Bloco

Antes de analisarmos o art. 47, da LE, desde já lembre-se de que o período da propaganda eleitoral gratuita foi reduzido de 45 para 35 dias. **A LEI Nº 13.165/2015 REDUZIU O PERÍODO DE PROPAGANDA ELEITORAL NO RÁDIO E NA TELEVISÃO PARA 35 DIAS.**

Vejamos o teor do dispositivo, que possui uma extensa redação:

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

§ 1º A propaganda será feita:

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

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

b) das treze horas às treze horas e doze minutos e trinta segundos e das vinte horas e trinta minutos às vinte horas e quarenta e dois minutos e trinta segundos, na televisão;

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

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

b) das treze horas e doze minutos e trinta segundos às treze horas e vinte e cinco minutos e das vinte horas e quarenta e dois minutos e trinta segundos às vinte horas e cinquenta e cinco minutos, na televisão;

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

a) das sete horas às sete horas e cinco minutos e das doze horas às doze horas e cinco minutos, no rádio, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por um terço;

b) das treze horas às treze horas e cinco minutos e das vinte horas e trinta minutos às vinte horas e trinta e cinco minutos, na televisão, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por um terço;

c) das sete horas às sete horas e sete minutos e das doze horas às doze horas e sete minutos, no rádio, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por dois terços;

d) das treze horas às treze horas e sete minutos e das vinte horas e trinta minutos às vinte horas e trinta e sete minutos, na televisão, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por dois terços;

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

a) das sete horas e cinco minutos às sete horas e quinze minutos e das doze horas e cinco minutos às doze horas e quinze minutos, no rádio, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por um terço;

b) das treze horas e cinco minutos às treze horas e quinze minutos e das vinte horas e trinta e cinco minutos às vinte horas e quarenta e cinco minutos, na televisão, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por um terço;

c) das sete horas e sete minutos às sete horas e dezesseis minutos e das doze horas e sete minutos às doze horas e dezesseis minutos, no rádio, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por dois terços;

d) das treze horas e sete minutos às treze horas e dezesseis minutos e das vinte horas e trinta e sete minutos às vinte horas e quarenta e seis minutos, na televisão, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por dois terços;

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

a) das sete horas e quinze minutos às sete horas e vinte e cinco minutos e das doze horas e quinze minutos às doze horas e vinte e cinco minutos, no rádio, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por um terço;

b) das treze horas e quinze minutos às treze horas e vinte e cinco minutos e das vinte horas e quarenta e cinco minutos às vinte horas e cinquenta e cinco minutos, na televisão, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por um terço;

c) das sete horas e dezesseis minutos às sete horas e vinte e cinco minutos e das doze horas e dezesseis minutos às doze horas e vinte e cinco minutos, no rádio, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por dois terços;

d) das treze horas e dezesseis minutos às treze horas e vinte e cinco minutos e das vinte horas e quarenta e seis minutos às vinte horas e cinquenta e cinco minutos, na televisão, nos anos em que a renovação do Senado Federal se der por dois terços;

VI - nas eleições para **Prefeito**, de segunda a sábado:

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

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

VII - ainda nas eleições para **Prefeito**, e também nas de **Vereador**, mediante inserções de trinta e sessenta segundos, no rádio e na televisão, totalizando setenta minutos diários, de segunda-feira a domingo, distribuídas ao longo da programação veiculada entre as cinco e as vinte e quatro horas, na proporção de 60% (sessenta por cento) para Prefeito e 40% (quarenta por cento) para Vereador.

Memorizado?

Infelizmente esse é um dispositivo muito difícil de compreender. Para fins da nossa prova, vamos reproduzir o dispositivo em forma de tabela com o intuito de facilitar a memorização. Ainda assim, entendemos que não é necessário decorar as tabelas para a nossa prova. É mais importante que você tenha uma visão geral acerca da distribuição dos horários.

Vejamos:

ELEIÇÕES MUNICIPAIS

| CARGO | DIAS DA SEMANA | MEIO/HORÁRIO | |
|-----------------|----------------|--------------------------------|----------------------------------|
| | | RÁDIO | TV |
| Prefeito | 2ª a sábado | 7:00 às 7:10 12:00 às 12:10 | 13:00 às 13:10 20:30 às 20:40 |

Notamos, portanto, que houve a redução para apenas 20 minutos diários de propaganda eleitoral gratuita, sendo 10 minutos pela manhã e 10 minutos no período da tarde. Essa propaganda ocorrerá de segunda a sábado conforme a tabela acima descrita.

Note, portanto, que, com a Lei nº 13.165/2015, **não temos mais propaganda eleitoral por blocos** para o cargo de vereador, mas apenas para o cargo de prefeito.

Em relação às eleições gerais, devemos fazer uma distinção. Os cargos para Senador da República são renovados a cada 4 anos, embora o mandato seja por 8 anos. Assim, em uma eleição são escolhidos 2

senadores, na outra 1 e assim sucessivamente. Em razão do número de cargos a Senador da República (1 ou 2) a distribuição do tempo de propaganda será diferente.



Desse modo, vejamos duas tabelas:

↳ ELEIÇÕES GERAIS/FEDERAIS (QUANDO SERÁ ELEITO APENAS 1 SENADOR DA REPÚBLICA)

| CARGO | DIA DA SEMANA | HORÁRIO | |
|-------------------------------------|--|--|--|
| | | MANHÃ/MEIO DIA | TARDE/NOITE |
| | | Radio | Televisão |
| Presidente e vice-Presidente | 3 ^a , 5 ^a e sábados | 07:00 às 07:12'30" 12:00 às 12:12'30" | 13:00 às 13:12'30" 20:30 às 20:42'30" |
| Governador e vice-Governador | 2 ^a , 4 ^a e 6 ^a | 7:10 às 7:25 12:15 às 12:25 | 13:15 às 13:25 20:45 às 20:55 |
| Senador da República | 2 ^a , 4 ^a e 6 ^a | 07:00 às 07:05 12:00 às 12:05 | 13:00 às 13:05 20:30 às 20:35 |
| Deputado Federal | 3 ^a , 5 ^a e sábados | 07:12'30" às 07:25 12:12'30" às 12:25 | 13:12'30" às 13:25 20:42'30" às 20:55 |
| Deputado Estadual | 2 ^a , 4 ^a e 6 ^a | 07:05 às 07:15 12:05 às 12:15 | 13:05 às 13:15 20:35 às 20:45 |

↳ ELEIÇÕES GERAIS/FEDERAIS (QUANDO SERÃO ELEITOS 2 SENADORES DA REPÚBLICA)

| CARGO | DIA DA SEMANA | HORÁRIO | |
|-------------------------------------|--|--|--|
| | | MANHÃ/MEIO DIA | TARDE/NOITE |
| | | Radio | Televisão |
| Presidente e vice-Presidente | 3 ^a , 5 ^a e sábados | 07:00 às 07:12'30" 12:00 às 12:12'30" | 13:00 às 13:12'30" 20:30 às 20:42'30" |
| Governador e vice-Governador | 2 ^a , 4 ^a e 6 ^a | 7:16 às 7:25 12:16 às 12:25 | 13:16 às 13:25 20:46 às 20:55 |
| Senador da República | 2 ^a , 4 ^a e 6 ^a | 07:00 às 07:07 12:00 às 12:07 | 13:00 às 13:07 20:30 às 20:37 |

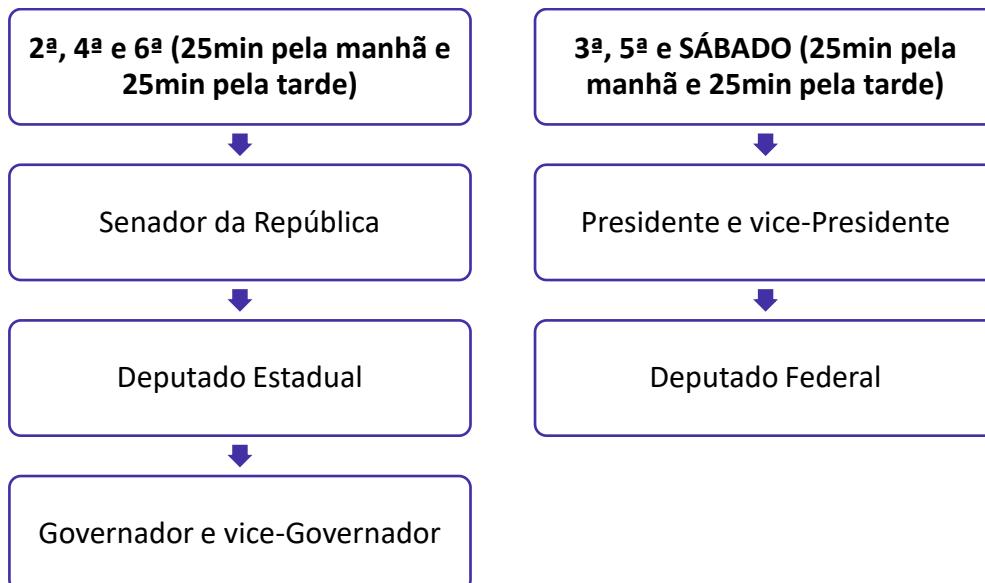
| | | | |
|--------------------------|--|--|--|
| Deputado Federal | 3 ^a , 5 ^a e sábados | 07:12'30" às 07:25 12:12'30" às 12:25 | 13:12'30" às 13:25 20:42'30" às 20:55 |
| Deputado Estadual | 2 ^a , 4 ^a e 6 ^a | 7:07 às 7:16 12:07 às 12:16 | 13:07 às 13:16 20:37 às 20:46 |

Destacamos algumas “regras” para facilitar a compreensão da propaganda nas eleições gerais.

- ↳ Nas terças, quintas e sábados são veiculados os blocos de propaganda para as eleições de Presidente, de vice-Presidente, seguido de Deputado Federal.
- ↳ Nas segundas, quartas e sextas há veiculação de propaganda eleitoral para Senador da República, seguida do cargo de Deputado Estadual e, por fim, de Governador e de vice-Governador.
- ↳ Aqui, ao contrário do que vimos em relação às eleições municipais, a duração da propaganda será de 50 minutos ao longo do dia, distribuídos em 25 minutos no período da manhã e o restante no período da tarde.



Para a prova...



O §2º trata dos **critérios para a distribuição dos períodos de propaganda eleitoral, os quais foram vistos acima entre os partidos que concorrerão às eleições**. Esses critérios foram estabelecidos pela Lei nº 12.891/2013 e recentemente alterados pela **Lei nº 14.211/2021**.

Tais parâmetros são objeto de críticas e, inclusive, de Ação Declaratória de Inconstitucionalidade perante o STF (ADI 5.105). Em 2015, o STF fixou entendimento de que as leis eleitorais não podem suprimir o acesso ao rádio, à TV e aos recursos do Fundo Partidário em relação aos partidos novos, nem mesmo obstar que, em caso de mudança de partido, o membro do Congresso seja desconsiderado para fixação dos percentuais.

Ocorre que em 2017 foi promulgada a EC nº 97/2017 que determinou uma cláusula de barreira, ou seja, requisitos para que o partido tenha direito aos recursos do fundo eleitoral e o acesso gratuito ao rádio e à televisão. Veja o § 3º do art. 17 da Constituição Federal:

§ 3º Somente terão direito a recursos do Fundo Partidário e acesso gratuito ao rádio e à televisão, na forma da lei, os partidos políticos que alternativamente:

I – obtiverem, nas eleições para a Câmara dos Deputados, no mínimo, **3% (três por cento) dos votos válidos**, distribuídos em pelo menos **um terço das unidades da Federação**, com um mínimo de **2% (dois por cento) dos votos válidos em cada uma delas**; **ou**

II – tiverem **elegido pelo menos quinze deputados federais** distribuídos em pelo menos **um terço das unidades da Federação**.

O artigo 3º da EC nº 97/2017 trouxe regras de transição que deverão ser aplicadas até a eleição de 2030 quando o art. 17 §3º da CF terá sua aplicação integral. Veja a transcrição do artigo:

O disposto no § 3º do art. 17 da Constituição Federal quanto ao acesso dos partidos políticos aos recursos do Fundo Partidário e à propaganda gratuita no rádio e na televisão aplicar-se-á a partir das **eleições de 2030**.

Parágrafo único. Terão acesso aos recursos do Fundo Partidário e à propaganda gratuita no rádio e na televisão os partidos políticos que:

I – na legislatura seguinte às **eleições de 2018**:

a) obtiverem, nas eleições para a Câmara dos Deputados, no mínimo, **1,5% (um e meio por cento) dos votos válidos**, distribuídos em pelo menos **um terço das unidades da Federação**, com um mínimo de **1% (um por cento) dos votos válidos em cada uma delas**; **ou**

b) tiverem elegido pelo menos **nove deputados federais** distribuídos em pelo menos **um terço das unidades da Federação**;

II – na legislatura seguinte às **eleições de 2022**:

a) obtiverem, nas eleições para a Câmara dos Deputados, no mínimo, **2% (dois por cento) dos votos válidos**, distribuídos em pelo menos **um terço das unidades da Federação**, com um mínimo de **1% (um por cento)** dos votos válidos em cada uma delas; ou

b) tiverem elegido pelo menos **onze deputados federais** distribuídos em pelo menos **um terço das unidades da Federação**;

III – na legislatura seguinte às **eleições de 2026**:

a) obtiverem, nas eleições para a Câmara dos Deputados, no mínimo, **2,5% (dois e meio por cento) dos votos válidos**, distribuídos em pelo menos **um terço das unidades da Federação**, com um mínimo de **1,5% (um e meio por cento)** dos votos válidos em cada uma delas; ou

b) tiverem elegido pelo menos **treze deputados federais** distribuídos em pelo menos **um terço das unidades da Federação**.



Para a prova...

E para facilitar seu estudo vamos fazer mais uma tabela:

2018 => 1,5% dos votos válidos + 1/3 das UF + 1% em cada uma delas OU 9 Deputados Federais + 1/3 das UF;

2022 => 2% dos votos válidos + 1/3 das UF + 1% em cada uma delas OU 11 Deputados Federais + 1/3 das UF;

2026 => 2,5% dos votos válidos + 1/3 das UF + 1,5% em cada uma delas OU 13 Deputados Federais + 1/3 das UF;

2030 => 3% dos votos válidos + 1/3 das UF + 2% em cada uma delas OU 15 Deputados Federais + 1/3 das UF

Os requisitos acima são muito rigorosos e praticamente asfixiam partidos pequenos.

Chamo a atenção para o fato de que os requisitos são alternativos.

Desse modo, vejamos o §2º do art. 47 da LE com a nova redação:

§2º Os horários reservados à propaganda de cada eleição, nos termos do § 1º, serão distribuídos entre todos os partidos e coligações que tenham candidato, observados os seguintes critérios:

- I - **90% (noventa por cento)** distribuídos proporcionalmente ao número de representantes na Câmara dos Deputados, considerado, no caso de coligação para as eleições majoritárias, o resultado da soma do número de representantes dos **6 (seis) maiores partidos** que a integrem;
- II - **10% (dez por cento)** distribuídos igualitariamente.

Notem que são duas situações distintas. 90% do tempo total de propaganda será distribuído proporcionalmente aos partidos políticos de acordo com a representatividade na Câmara dos Deputados. Desse modo, o partido que tiver mais deputados federais eleitos terá maior tempo de rádio e de TV.

Fique atento no caso de coligação para eleição majoritária soma-se o número de deputados federais dos 6 maiores partidos da coligação.

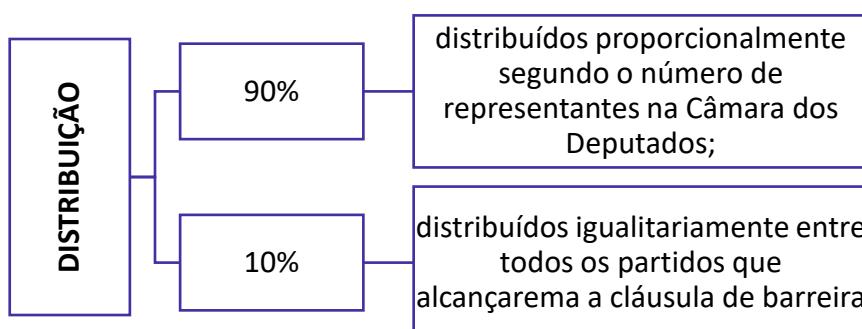
O 10% restante é disciplinado pelo inc. II, que distribuirá esse período igualitariamente entre todos os partidos, desde que alcancem o desempenho mínimo exigido pela constituição.

Para facilitar a percepção dessa distribuição, vejamos um exemplo.

Vamos supor que somado o tempo de propaganda eleitoral disponível para distribuir entre os partidos políticos obteremos 1000 horas. Pelo primeiro critério, temos que 90% de todo o período será distribuído proporcionalmente entre os partidos de acordo com a representatividade no Congresso Nacional. Desse modo, 900 horas serão reservados aos partidos que se enquadarem no primeiro critério.

O 10% restante – 100 horas – serão distribuídos de forma igualitária entre todos os partidos políticos que alcançarem a cláusula de barreira.

Para a nossa prova...



Esse dispositivo certamente será, ainda, objeto de muitas discussões. De todo modo, para a nossa prova, procurem memorizá-los nos termos legais. Ok?

O §3º esclarece que serão considerados os deputados federais eleitos para o cálculo que vimos acima:

§ 3º Para efeito do disposto neste artigo, a **representação** de cada partido na Câmara dos Deputados é a **resultante da eleição**.

Em caso de fusão ou de incorporação, os partidos fundidos somarão as representações e o partido incorporador aggregará as representações para fins da distribuição do tempo de televisão e de rádio.

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

Vejamos, também, os §§ 5º e 6º, do art. 47:

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

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

O §7º reporta-se às alterações de filiação partidária que serão desconsideradas. Dessa forma, a regra é a filiação do candidato no momento da eleição para a fixação do número de representantes. Antes da Lei nº 13.165/2015 havia uma exceção, agora, com a redação dada pela reforma eleitoral, **são desconsideradas QUAISQUER mudanças de filiação partidária para fins de distribuição do tempo de rádio e de TV**.

§ 7º Para efeito do disposto no § 2º, serão desconsideradas as mudanças de filiação partidária em quaisquer hipóteses.

A EC 97/2017 trouxe, ainda, a possibilidade de troca de partido sem que haja infidelidade partidária para os eleitos por partido que não atingiu a cláusula de barreira. E que **essa filiação não será considerada para fins de distribuição do acesso gratuito ao rádio e à televisão**. Veja o § 5º do art. 17 da CF.

§ 5º Ao eleito por **partido que não preencher os requisitos** previstos no § 3º deste artigo é assegurado o mandato e facultada a **filiação, sem perda do mandato, a outro partido** que os tenha atingido, não sendo essa filiação considerada para fins de distribuição dos recursos do Fundo Partidário e de acesso gratuito ao tempo de rádio e de televisão.

Para finalizar, vejamos o §8º:

§ 8º As **mídias** com as gravações da propaganda eleitoral no rádio e na televisão serão **entregues às emissoras**, inclusive nos sábados, domingos e feriados, com a **ANTECEDÊNCIA MÍNIMA**:

I – de **6 (SEIS) HORAS** do horário previsto para o início da transmissão, no caso dos **programas em rede**;

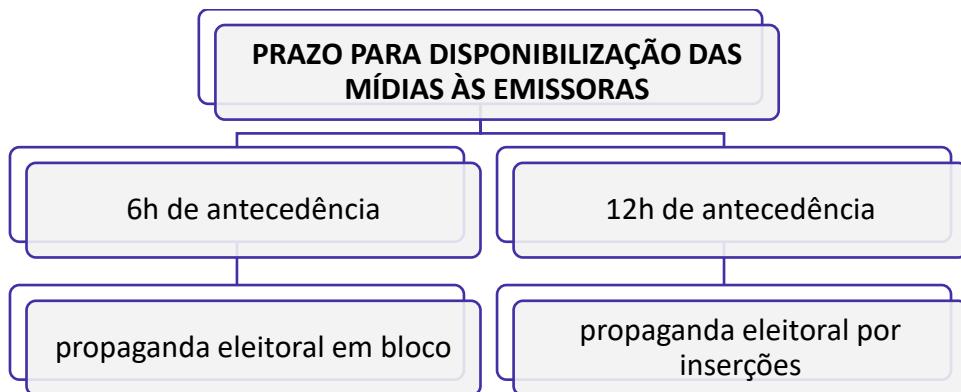
II – de **12 (DOZE) HORAS** do horário previsto para o início da transmissão, no caso das **inserções**.

Para a veiculação da propaganda eleitoral gratuita, os partidos políticos devem entregar as mídias a serem transmitidas. Em razão das atribulações que envolvem o período eleitoral, os partidos entregavam às emissoras as mídias em data muito próxima do horário de divulgação, sem que houvesse tempo hábil para a disponibilização pela emissora, o que acabou gerando ações judiciais para discutir a responsabilidade pela não apresentação das propagandas eleitorais. Em razão disso, a legislação fixou dois parâmetros temporais que devem ser observados pelos partidos políticos.

Para as **inserções em bloco**, as mídias devem ser disponibilizadas em até **6 horas** antes do horário previsto para a transmissão. Já em relação às **transmissões por inserções**, as mídias devem ser disponibilizadas em até **12 horas** antes do horário previsto para ir ao ar.



É fundamental memorizarmos esses dispositivos para a nossa prova, portanto:



O art. 48, da LE, trata da disponibilização da propaganda eleitoral de prefeitos e de vereadores em **cidades que não possuem rádio e televisão**. Em tais locais, a Justiça Eleitoral assegurará a veiculação de propaganda em caso de 2º turno – ou seja, em cidades com mais de 200.000 eleitores – e naquelas em que for possível a retransmissão.

Esse dispositivo é relevante, pois, embora a maioria das localidades possua transmissão de TV e de rádio, é comum que a rede seja nacional ou estadual, sem programação específica para o município. Em tais circunstâncias, aplica-se o disposto no art. 48.

Art. 48. Nas eleições para **prefeitos e vereadores**, nos municípios em que não haja emissora de rádio e televisão, a **Justiça Eleitoral garantirá** aos partidos políticos participantes do pleito a **veiculação de propaganda eleitoral gratuita nas localidades aptas à realização de segundo turno de eleições e nas quais seja operacionalmente viável realizar a retransmissão**.

§ 1º Revogado.

§ 2º Revogado.

As regras de distribuição de horários que vimos no art. 47, da LE, aplicam-se exclusivamente ao primeiro turno das eleições. Quando houver **segundo turno**, deve-se observar o art. 49.

Outra modificação que tivemos com a **Lei nº 13.488/2017** é no tempo de propaganda eleitoral no segundo turno das eleições. Antes da reforma, cada candidato dispunha de dois períodos de 20 minutos diários de propaganda no segundo turno, agora, possui a metade do tempo, ou seja, apenas **dois períodos diários de 10 minutos**.

Além disso, as emissoras de rádio e de televisão devem reservar o período a partir da sexta-feira seguinte à realização do primeiro turno até a antevéspera (sexta-feira) da realização do segundo turno. Antes da reforma, a propaganda eleitoral no segundo turno se iniciava no prazo de 48 horas após a proclamação do resultado. Agora, o prazo é fixo: a partir da sexta-feira após a realização do primeiro turno.

Veja:

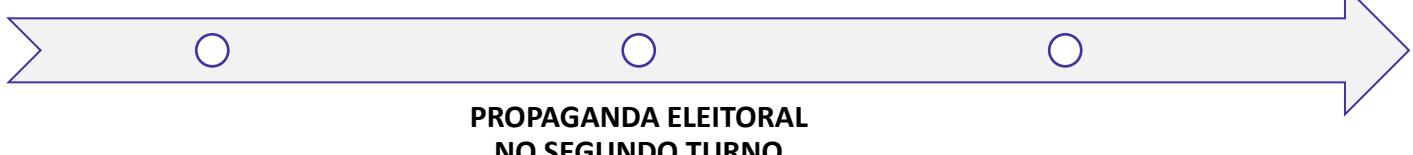
Art. 49. Se houver **segundo turno**, as emissoras de rádio e televisão reservarão, a partir da **sexta-feira seguinte à realização do primeiro turno e até a antevéspera da eleição**, horário destinado à divulgação da propaganda eleitoral gratuita, dividida em **dois blocos diários de dez minutos para cada eleição**, e os blocos terão início às sete e às doze horas, no rádio, e às treze e às vinte horas e trinta minutos, na televisão. (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)



Para a prova:

a partir da sexta-feira após a realização do primeiro turno

até a antevéspera da realização do segundo turno



Sintetizando com as demais informações do art. 49:

PROPAGANDA ELEITORAL NO 2^a TURNO

- A partir da sexta-feira após a realização do primeiro turno até a antevéspera da realização do segundo turno.
- Dois blocos de 10 minutos diários.
- Serão veiculados a partir das 7h às 12h no rádio e das 13h às 20h30 na televisão.

Vejamos os §§ do art. 49:

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

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

Esse tempo será **dividido de forma igual** entre os candidatos. Caso haja segundo turno, o tempo total será distribuído para ambos os cargos, com veiculação, primeiramente, da propaganda para o cargo de Presidente e, em seguida, da propaganda para o cargo de Govenador.

A definição de qual propaganda será veiculada primeiramente é dada pelo art. 50, da LE. Assim, sorteia-se quem será o primeiro. No dia seguinte, o último será o primeiro e assim sucessivamente.

Art. 50. A Justiça Eleitoral efetuará **sorteio para a escolha da ordem de veiculação da propaganda de cada partido ou coligação** no primeiro dia do horário eleitoral gratuito; a cada dia que se seguir, a propaganda veiculada por último, na véspera, será a primeira, apresentando-se as demais na ordem do sorteio.

Finalizamos, dessa maneira, a parte relativa à propaganda eleitoral em bloco.

2 - Propaganda Eleitoral em Inserções

A propaganda eleitoral é feita de duas formas: em bloco ou por inserções.

A propaganda eleitoral em bloco está disciplinada no art. 47 da Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições). É um dos maiores e mais complexos dispositivos da Lei das Eleições. Na propaganda eleitoral em blocos, temos períodos fixos para divulgação de várias propagandas de vários candidatos e partidos.

A propaganda eleitoral por inserções, como o próprio nome indica, é a feita ao longo da propaganda regular das emissoras de rádio e de TV ao longo do dia. Ao contrário da propaganda eleitoral em blocos, a propaganda por inserções tem duração reduzida, com duração inferior a um minuto. Cada agremiação disporá de um certo número de inserções que serão veiculadas ao longo do dia.

A **Lei nº 13.488/2017** fez alterações na propaganda eleitoral por inserções ao alterar dois dispositivos da Lei das Eleições:

Art. 51. Durante o período previsto no art. 47 desta Lei, as emissoras de rádio e televisão e os canais por assinatura mencionados no art. 57 desta Lei reservarão setenta minutos diários para a propaganda eleitoral gratuita, a serem usados em inserções de trinta e de sessenta segundos, a critério do respectivo partido ou coligação, assinadas obrigatoriamente pelo partido ou coligação, e distribuídas, ao longo da programação veiculada entre as cinco e as vinte quatro horas, nos termos do § 2º do art. 47 desta Lei, obedecido o seguinte:

§ 2º Durante o período previsto no art. 49 desta Lei, onde houver segundo turno, as emissoras de rádio e televisão e os canais de televisão por assinatura mencionados no art. 57 desta Lei reservarão, por cada cargo em disputa, vinte e cinco minutos para serem usados em inserções de trinta e de sessenta segundos, observadas as disposições deste artigo.

O *caput* do dispositivo acima trata da propaganda feita no primeiro turno. O §2º trata da propaganda eleitoral feita em segundo turno.

No primeiro turno as emissoras de rádio e televisão devem reservar do tempo total de transmissão equivalente a 70 minutos nos 35 dias antes das eleições. Todo esse tempo será rateado entre os partidos e coligações que irão participar do pleito em inserções com duração de 30 segundos e de 60 segundos, a serem divulgadas entre as 5 horas e 24 horas.



Assim:

INSERÇÕES NO PRIMEIRO TURNO

tempo diário: 70m

período de divulgação: 35 dias antes das eleições

duração: de 30 e de 60 segundos

horário de disponibilização: das 5h às 24h

No segundo turno também temos a divulgação da propaganda eleitoral por inserções. As emissoras de rádio e televisão reservarão 25 minutos a partir da sexta-feira seguinte à realização do primeiro turno até a antevéspera das eleições. Do mesmo modo, as inserções terão duração de 30 segundo ou de 60 segundos e serão distribuídas entre as 5 horas e 24 horas.

Antes da reforma, os partidos dispunham de 70 minutos diários para o segundo turno, do mesmo modo que no primeiro turno. Agora, com a reforma, são 25 minutos para cada cargo em disputa (Presidente da República e Governador de Estado).



Destacando as informações mais importantes:

INSERÇÕES NO SEGUNDO TURNO

tempo diário: 25m para cada cargo em disputa

período de divulgação: da sexta-feira seguinte à realização do primeiro turno até a antevéspera das eleições

duração: de 30 e de 60 segundos

horário de disponibilização: das 5h às 24h

As regras de distribuição desses horários constam dos incisos do art. 51, que passamos a analisar.

Ao contrário do que vimos em relação à distribuição das propagandas em bloco, aqui **divisão é igualitária**, em razão do número de partidos ou de coligação, seja para as eleições que observam o princípio majoritário, seja para os cargos que observam o princípio proporcional.

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

O inc. II tratava da distribuição do tempo de forma específica para as eleições municipais. Assim, prestem atenção! Embora a regra fosse de igualdade entre os candidatos, a LE excluía a participação dos vereadores da distribuição da propaganda por inserções. Todo o período era destinado à campanha de Prefeito e vice-Prefeito. **Tal dispositivo foi revogado pela Lei nº 13.165/2015.**

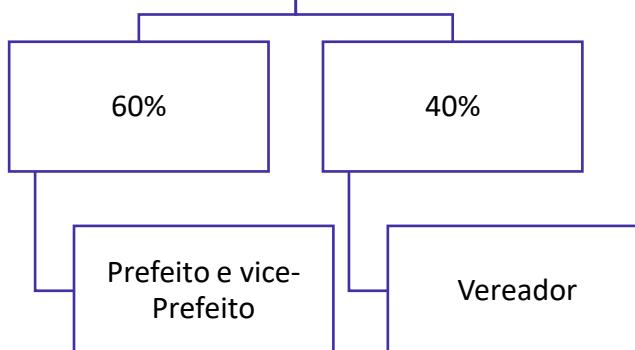
Atualmente, em relação às eleições municipais, aplica-se o inc. VII, do art. 47, da LE. Vejamos:

VII - ainda nas **eleições para Prefeito, e também nas de Vereador**, mediante **INSERÇÕES DE TRINTA E SESSENTA SEGUNDOS**, no rádio e na televisão, **TOTALIZANDO SETENTA MINUTOS DIÁRIOS**, de segunda-feira a domingo, distribuídas ao longo da programação veiculada entre as cinco e as vinte e quatro horas, **NA PROPORÇÃO DE 60% (SESSENTA POR CENTO) PARA PREFEITO E 40% (QUARENTA POR CENTO) PARA VEREADOR.**

A regra, portanto, é a de igualdade entre candidatos. Contudo, destina-se 60% do tempo total das inserções para propaganda aos cargos de Prefeito e de vice-Prefeito e 40% para a propaganda destinada aos cargos de vereador.

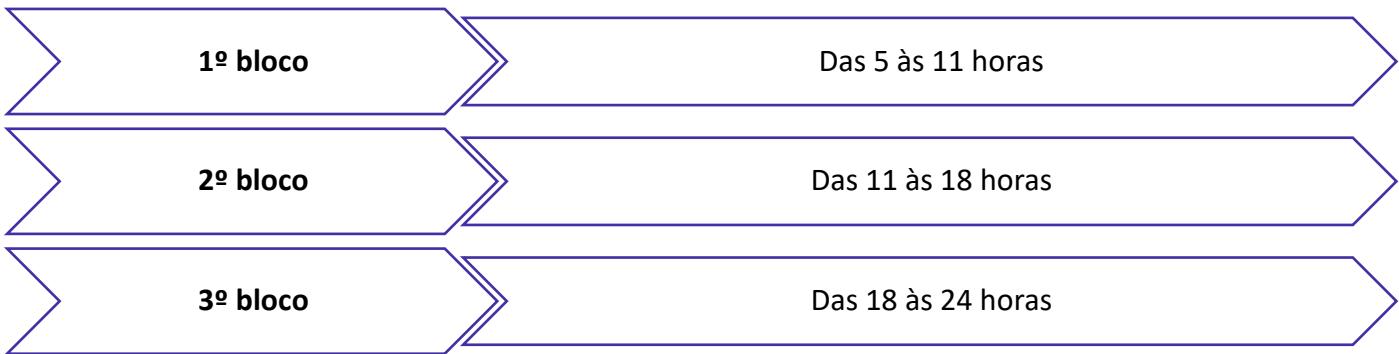


DISTRIBUIÇÃO DA PROPAGANDA POR INSERÇÕES NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS



Sigamos com o estudo dos incisos do art. 51.

A fim de que os partidos políticos não escolham apenas os horários considerados nobres, a Lei das Eleições dispôs, com alteração dada pela **Lei nº 13.165/2015**, de três blocos que serão divididos igualitariamente, em razão do número de inserções franqueadas. Vejamos:



Vejamos os incisos:

III - a distribuição levará em conta os **blocos** de audiência entre as cinco e as onze horas, as onze e as dezoito horas, e as dezoito e as vinte e quatro horas;

Por exemplo, se o partido tiver direito a 9 inserções no dia, deverá distribuir 3 em cada bloco.

Restringe-se a divulgação de mensagens degradantes ou que ridicularizem o candidato, o partido ou a coligação, sob as penas que vimos na parte relativa à propaganda por blocos.

IV – na veiculação das inserções, é **vedada** a divulgação de mensagens que possam **degradar ou ridicularizar** candidato, partido ou coligação, aplicando-se-lhes, ainda, todas as demais regras aplicadas ao horário de propaganda eleitoral, previstas no art. 47.

Vejamos, por fim, o §1º , do art. 51, que veda a utilização de mídia idêntica no mesmo intervalo de programação, a não ser que o número de inserções, de que dispuser o partido, exceda o número de intervalos disponíveis.

§1º. É **VEDADA** a veiculação **de inserções idênticas no mesmo intervalo de programação**, exceto se o número de inserções de que dispuser o partido exceder os intervalos disponíveis, sendo vedada a transmissão em sequência para o mesmo partido político.

Vejamos um exemplo para melhor explicar o dispositivo. Determinado partido possui, ao longo do último bloco de audiência (entre as 18 e 24 horas), 5 inserções. Nesse período, contudo, segundo a programação da emissora há apenas 4 intervalos. Nesse caso, em um dos intervalos é possível que seja repetida a mesma propaganda, uma vez que o número de inserções excedeu o número de intervalos disponíveis no bloco de audiência.

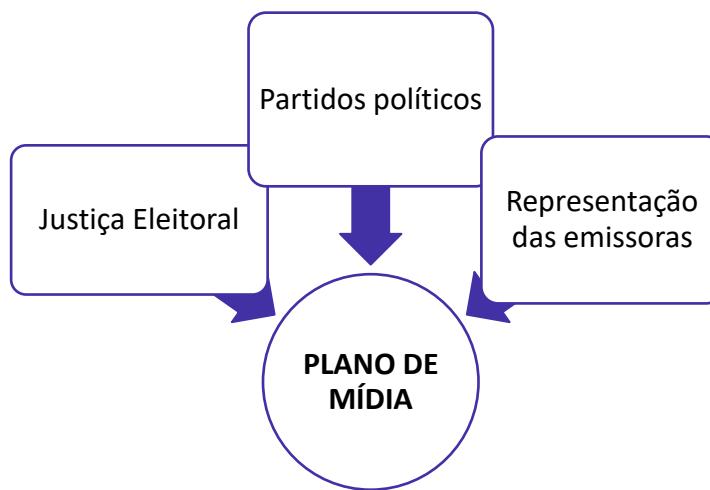
Finalizamos, assim, as regras relativas à propaganda eleitoral por inserções que, como vimos, é bem mais simples que a anterior.

3 - Plano de Mídia

O plano de mídia constitui uma reunião realizada juntamente com a Justiça Eleitoral que tem a finalidade de estabelecer como serão veiculadas as inserções para evitar contratemplos durante a propaganda eleitoral. Em razão disso, a partir de 15 de agosto, a Justiça Eleitoral convoca os partidos que irão participar do pleito para, juntamente com os representantes das emissoras, estabelecerem o plano de mídia.

Vejamos o que dispõe o art. 52, da LE:

Art. 52. A partir do dia **15 de agosto do ano da eleição**, a Justiça Eleitoral convocará os partidos e a representação das emissoras de televisão para elaborarem **plano de mídia**, nos termos do art. 51, para o uso da parcela do horário eleitoral gratuito a que tenham direito, garantida a todos participação nos horários de maior e menor audiência.



Em um Estado Democrático de Direito não se tolera a censura. Dessa forma, veda-se qualquer corte instantâneo ou qualquer tipo de censura prévia em programas eleitorais, conforme dispõe o art. 53. Essa regra não elide eventuais responsabilizações e multas por descumprimento da legislação eleitoral. Nesse contexto, prevê expressamente o dispositivo abaixo que, em caso de propaganda que possa degradar ou ridicularizar candidato, o partido político que veiculá-la perderá o direito à propaganda no horário eleitoral gratuito do dia seguinte.

Vejamos os dispositivos:

Art. 53. **NÃO** serão admitidos **cortes instantâneos** ou qualquer tipo de **censura prévia** nos programas eleitorais gratuitos.

§ 1º É **VEDADA** a **veiculação de propaganda que possa degradar ou ridicularizar candidatos**, sujeitando-se o partido ou coligação infratores à perda do direito à veiculação de propaganda no horário eleitoral gratuito do dia seguinte.

Para tanto, deverá o candidato, o partido ou a coligação que forem lesados representarem os fatos à Justiça Eleitoral que decidirá sobre a partir dos termos do §2º abaixo:

§ 2º Sem prejuízo do disposto no parágrafo anterior, a requerimento de partido, coligação ou candidato, a **Justiça Eleitoral** impedirá a reapresentação de propaganda ofensiva à honra de candidato, à moral e aos bons costumes.

Os partidos políticos devem distribuir o tempo que possuem para a propaganda eleitoral gratuita de forma proporcional entre os candidatos. Não há parâmetros fixados pela lei a esse respeito, mas apenas a definição de que parte do horário será disponibilizado para os cargos eletivos pelo sistema majoritário e pelo sistema proporcional.

Há, porém, uma ressalva importante: é possível, durante a exibição dos programas, a utilização de legendas com referência a candidatos majoritários, com cartazes ou fotografias, permitindo, inclusive, a menção ao nome e ao número de qualquer candidato do partido ou coligação.

Vejamos o teor do art. 53-A:

Art. 53-A. É **VEDADO** aos partidos políticos e às coligações **incluir no horário destinado aos candidatos às eleições proporcionais propaganda das candidaturas a eleições majoritárias ou vice-versa, RESSALVADA** a utilização, durante a exibição do programa, de legendas com referência aos candidatos majoritários ou, ao fundo, **de cartazes ou fotografias** desses candidatos, ficando **autorizada a menção ao nome e ao número de qualquer candidato do partido ou da coligação**.

Permite-se, ainda, depoimento de candidatos no tempo reservado a outros candidatos desde que seja para pedir votos a este. Por exemplo, no horário destinado à campanha dos deputados federais do partido, o candidato a presidente do mesmo partido ou coligação vem pedir votos ao deputado. Isso é perfeitamente possível, assim como o inverso. É o que prevê o §1º:

§ 1º É **facultada** a inserção de **depoimento de candidatos a eleições proporcionais no horário da propaganda das candidaturas majoritárias e vice-versa**, registrados sob o mesmo partido ou coligação, desde que o depoimento consista exclusivamente em pedido de voto ao candidato que cedeu o tempo.

O que esse dispositivo não permite é que o candidato às eleições majoritárias vá no horário da propaganda proporcional pedir votos para si. Isto se aplica ao inverso, ou seja, ao candidato das eleições proporcionais pedindo voto para o candidato das eleições majoritárias.

Vejamos, ainda, o §2º:

§ 2º Fica vedada a utilização da propaganda de candidaturas proporcionais como propaganda de candidaturas majoritárias e vice-versa.



Dessa forma, para a nossa prova, devemos memorizar:

REGRA

- Não é possível fazer propaganda das candidaturas majoritárias no tempo destinado às candidaturas proporcionais e vice-versa.

ADMITE-SE

- Exibição de cartazes ou imagens de outros candidatos e, inclusive, menção do nome e do número de qualquer candidato do partido ou coligação.
- Que outro candidato venha ao programa pedir votos para candidato de seu partido ou coligação.

Caso sejam violadas as regras acima, o partido ou coligação perderá o tempo correspondente de propaganda eleitoral gratuita referente ao candidato beneficiado, nos termos do §3º.

§ 3º O partido político ou a coligação que não observar a regra contida neste artigo perderá, em seu horário de propaganda gratuita, tempo equivalente no horário reservado à propaganda da eleição disputada pelo candidato beneficiado.

Por exemplo, se o candidato a Presidente utilizar 60 segundos da propaganda dos candidatos a Deputado Federal do seu partido, perderá o tempo correspondente do seu horário de propaganda política nos dias subsequentes.

O art. 54 define algumas regras do que poderá aparecer nas propagandas disponibilizadas por inserções. Vejamos a literalidade do art. 54, da LE, que foi alterado pela **Lei nº 13.165/2015**:

Art. 54. Nos programas e **inserções** de rádio e televisão destinados à propaganda eleitoral gratuita de cada partido ou coligação **SÓ PODERÃO APARECER**, em gravações internas e externas, observado o disposto no § 2º, 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 seus apoiadores, **inclusive os candidatos** de que trata o § 1º do art. 53-A, que **poderão dispor de até 25% (vinte e cinco por cento) do tempo de cada programa ou inserção**, sendo **VEDADAS montagens, trucagens, computação gráfica, desenhos animados e efeitos especiais**.

Do dispositivo acima entendemos que o partido poderá se valer, na confecção da mídia, das seguintes informações:

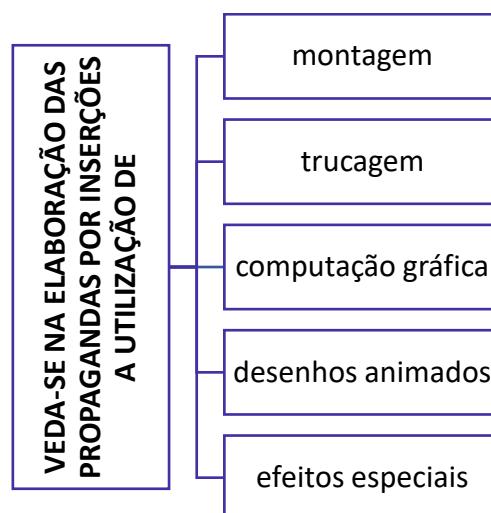
- ⇒ apresentação da proposta;
- ⇒ apresentação de fotos;
- ⇒ veiculação de *jingles*;
- ⇒ veiculação de clipes de música ou vinhetas; e
- ⇒ apresentação de apoiadores.

Em relação aos apoiadores, também podem constar outros candidatos, que poderão se manifestar por **até 25%** do tempo da inserção.

ATENÇÃO
DECORE!



Além disso, na elaboração das propagandas é vedado:



Adicionalmente, a Lei nº 13.165/2015 acrescentou os seguintes parágrafos ao art. 54:

§ 1º No segundo turno das eleições **NÃO** será **permitida**, nos programas de que trata este artigo, **a participação de filiados a partidos que tenham formalizado o apoio a outros candidatos**.

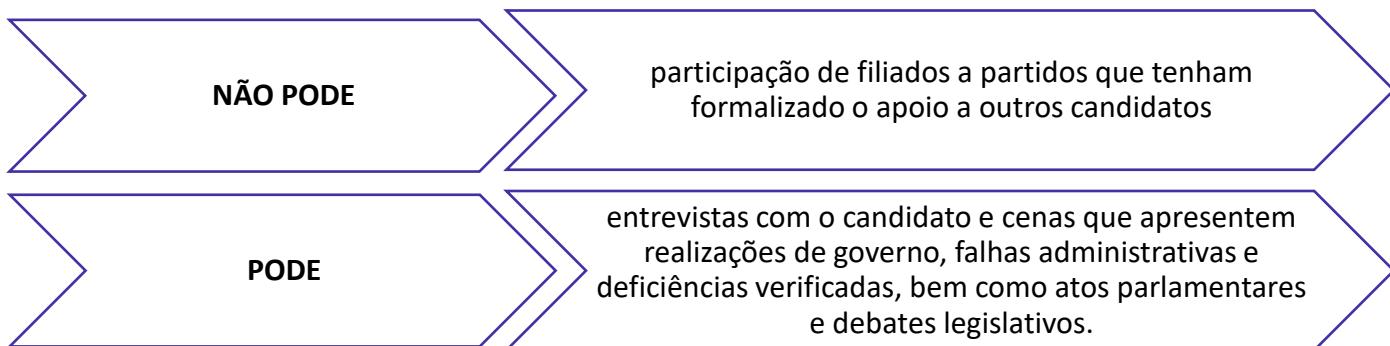
§ 2º **SERÁ PERMITIDA** a veiculação de **entrevistas com o candidato e de cenas externas nas quais ele**, pessoalmente, exponha:

I - realizações de governo ou da administração pública;

II - falhas administrativas e deficiências verificadas em obras e serviços públicos em geral;

III - atos parlamentares e debates legislativos.

Portanto, podemos esquematizar o que pode e o que não pode ser utilizado nos programas por inserções no segundo turno das eleições:



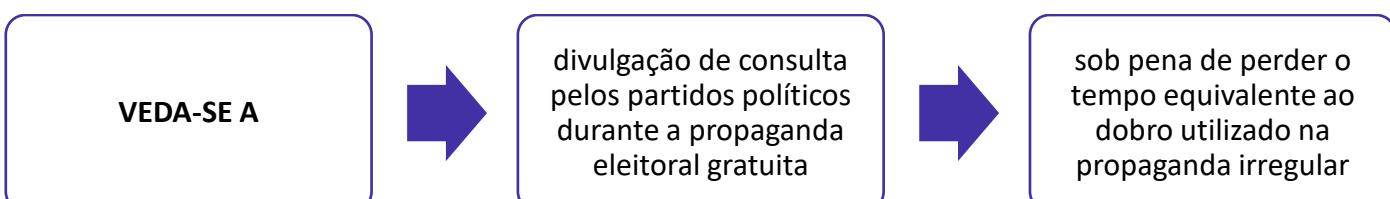
O art. 55, por sua vez, estabelece que os partidos políticos e as coligações **não poderão** efetuar qualquer espécie de **consulta popular de natureza eleitoral e divulgá-las** durante os respectivos programas. Essa regra vem prevista no art. 45, I, da LE. Lembrem-se de que a hipótese prevista no inc. II foi suspensa por decisão liminar do STF (ADI4.451/2018), razão pela qual não a mencionaremos.

Caso o partido ou coligação infrinjam essa regra, **perderão o tempo equivalente ao dobro utilizado para divulgar a consulta**.

Art. 55. Na propaganda eleitoral no horário gratuito, são aplicáveis ao partido, coligação ou candidato as vedações indicadas nos incisos I e II do art. 45.

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

Desse modo...



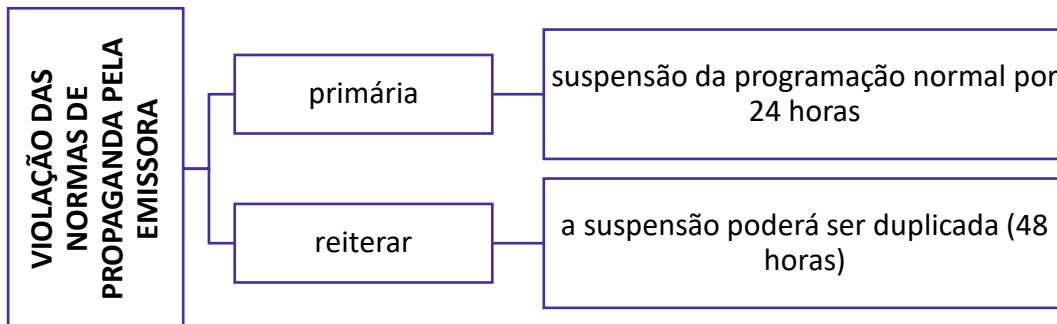
A **emissora** também poderá ser punida se não cumprir as normas relativas à propaganda eleitoral que lhe dizem respeito. De acordo com o art. 56, da LE, a Justiça Eleitoral poderá determinar a **suspensão pelo período de 24 horas da programação normal** se a emissora violar as normas. Durante o período de

suspensão, a **Justiça Eleitoral veiculará mensagens de orientação ao eleitor** a cada **15 minutos**. Ademais, se reiterada a conduta irregular da emissora, o tempo de suspensão será em dobro.

Art. 56. A requerimento de partido, coligação ou candidato, a Justiça Eleitoral poderá determinar a **SUSPENSÃO, POR VINTE E QUATRO HORAS, da programação normal de emissora que deixar de cumprir as disposições desta Lei** sobre propaganda.

§ 1º No período de suspensão a que se refere este artigo, a Justiça Eleitoral **veiculará mensagem de orientação ao eleitor, intercalada, a cada 15 (quinze) minutos**.

§ 2º Em cada **reiteração** de conduta, o período de **suspensão será duplicado**.



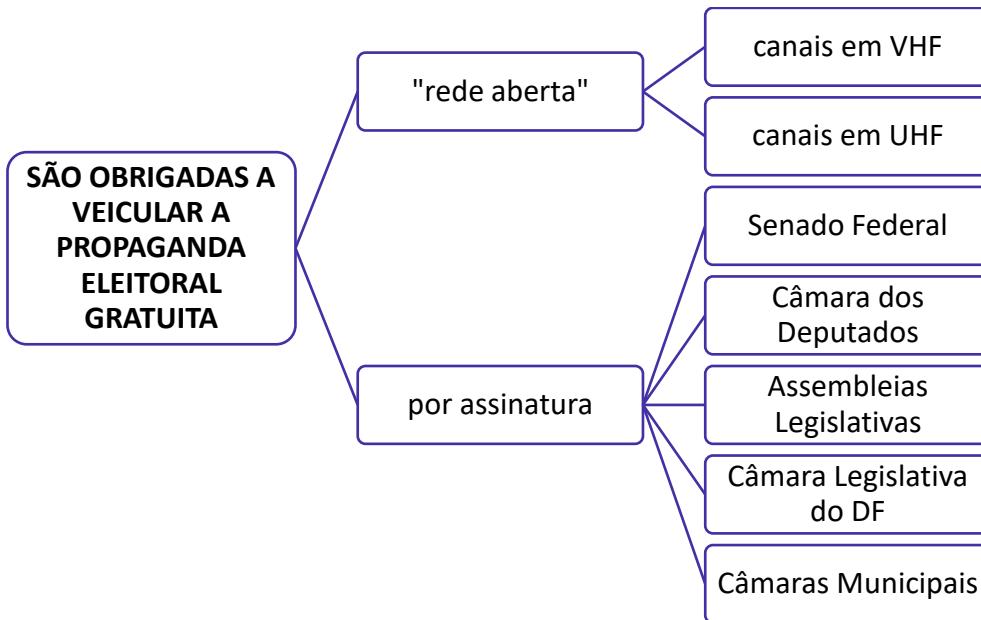
Antes de analisarmos o último dispositivo relativo à propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão, responda ao seguinte questionamento:

As emissoras de **televisão por assinatura** não são obrigadas, em hipótese nenhuma, a veicular a propaganda eleitoral obrigatória?

Cuidado, em regra, não são obrigadas! Na verdade, na maioria dos casos, as emissoras das redes de televisão “fechadas” não são obrigadas a veicular a propaganda obrigatória. Contudo, há uma **exceção** no art. 57, da LE: os **canais por assinatura do Senado Federal, da Câmara dos Deputados, das Assembleias Legislativas, da Câmara Legislativa do DF ou das Câmaras Municipais**.

Art. 57. As disposições desta Lei aplicam-se às emissoras de televisão que operam em VHF e UHF e os canais de televisão por assinatura sob a responsabilidade do **Senado Federal, da Câmara dos Deputados, das Assembleias Legislativas, da Câmara Legislativa do Distrito Federal** ou das **Câmaras Municipais**.





Finalizamos, assim, mais uma parte extremamente relevante da nossa aula. Seguimos para a propaganda eleitoral na internet, que tem se tornado uma realidade nas campanhas eleitorais contemporâneas e que se tornará, cada vez mais, um instrumento poderoso para se chegar ao poder.

PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET

A *internet* constitui, atualmente, um eficiente meio e uma enorme rede de comunicação, cujo acesso é democrático. Em razão da recente expansão da internet nas últimas eleições, o legislador passou a estabelecer algumas regras, as quais passamos a estudar a seguir.

Do mesmo modo que outros meios de propaganda, permite-se a divulgação da propaganda na internet a partir do dia 16 de agosto, quando, efetivamente, começa a corrida eleitoral.

Art. 57-A. É permitida a propaganda eleitoral na internet, nos termos desta Lei, **após o dia 15 DE AGOSTO do ano da eleição.**

Tendo em vista o dispositivo acima, pergunta-se: **a propaganda eleitoral na internet é possível já no dia 15 de agosto?**

Muito cuidado com tal pegadinha, pelo dispositivo, somente após o dia 15, de forma que a propaganda na internet somente iniciará no dia **16 de agosto do ano eleitoral**.

Mais importante que conhecer esse dispositivo é estar ciente quanto a alguns posicionamentos do TSE envolvendo o tema, vejamos:

- ↳ **NÃO** configura propaganda eleitoral antecipada a veiculação, em sítio da Internet, de matéria voltada ao lançamento de candidatura própria ao cargo de Presidente da República por certo partido³⁷.
- ↳ **NÃO** há que se falar em propaganda eleitoral realizada por meio do *Twitter*, uma vez que essa rede social não leva ao conhecimento geral as manifestações nela divulgadas³⁸.
- ↳ A propaganda eleitoral antecipada na Internet caracteriza-se quando há propaganda ostensiva, com pedido de voto e referência expressa à futura candidatura³⁹.

O art. 57-B, da LE, estabelece as formas pelas quais poderá haver propaganda pela internet.

Art. 57-B. A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes **formas**:

- I – **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;
- II – **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;
- III – por meio de **mensagem eletrônica para endereços cadastrados** gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação;

O art. 57-B da Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições) estabelece quais são as possibilidades admitidas de propaganda na internet. São elas:

- ↳ no próprio site do candidato;
- ↳ no próprio site do partido ou da coligação;
- ↳ por listas de e-mail; e
- ↳ por blogs, redes sociais, sites de mensagens instantâneas e aplicações de internet.

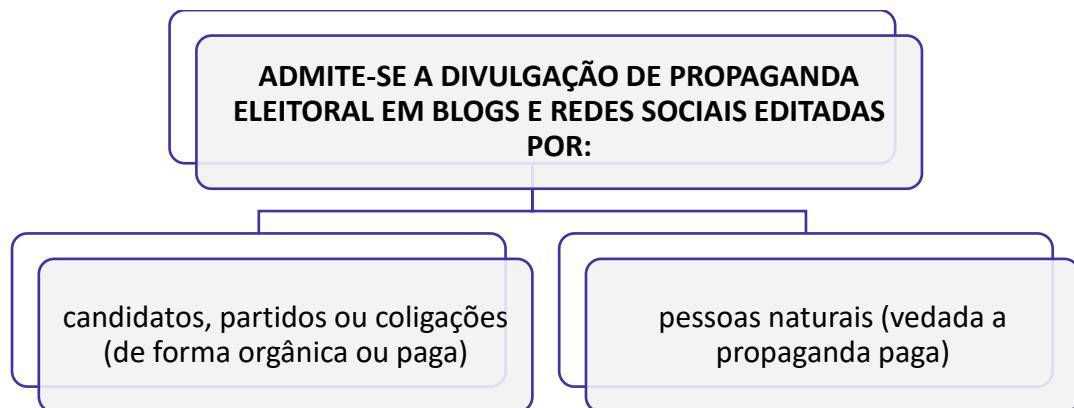
A **Lei nº 13.488/2017** modificou o inciso IV do art. 57-B da LE. A pretensão do legislador foi delimitar regras sobre tais divulgações.

³⁷ R-Rp nº 132.118/2010.

³⁸ REspe nº 7.464/2013.

³⁹ Respe nº 2.949/2014.

Para começar, prevê o legislador que a propaganda paga na internet é admissível apenas de forma excepcional quando feita em blogs ou redes sociais do candidato, partido ou coligação. Uma pessoa natural ou jurídica qualquer não poderá efetuar impulsionamento de posts, por exemplo. A pessoa natural (que não seja candidato) poderá fazer propaganda de forma orgânica, ou seja, pode defender um candidato em seu blog, perfil do Instagram ou do Facebook, mas não pode impulsionar a postagem para atingir mais pessoas.



Veja como ficou a redação do inc. IV do art. 57-B, da Lei das Eleições:

IV - 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.

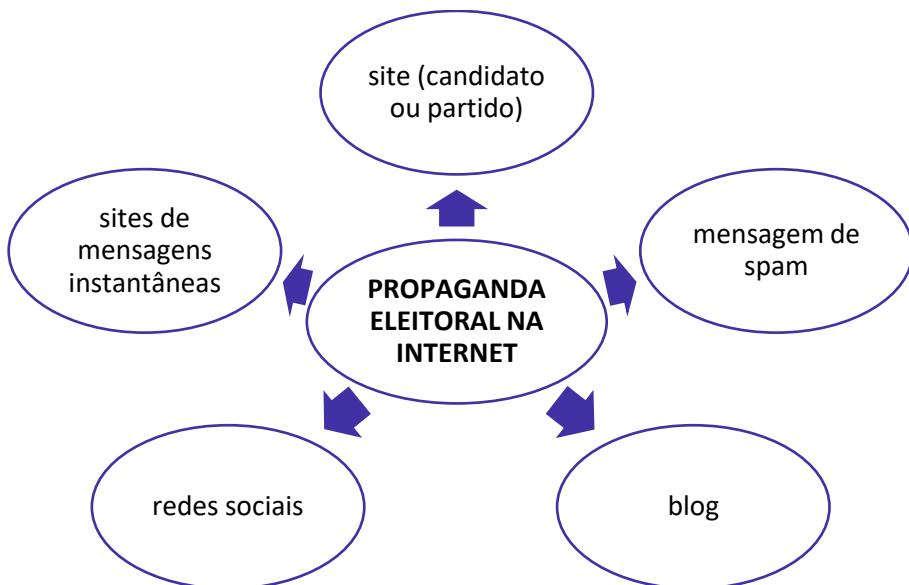
Em relação aos endereços eletrônicos de candidatos, partidos e coligações, é necessário indicá-los à Justiça Eleitoral, na forma do §1º abaixo citado:

§ 1º Os endereços eletrônicos das aplicações de que trata este artigo, salvo aqueles de iniciativa de pessoa natural, deverão ser comunicados à Justiça Eleitoral, podendo ser mantidos durante todo o pleito eleitoral os mesmos endereços eletrônicos em uso antes do início da propaganda eleitoral.

A regularização posterior da exigência não afasta a aplicação da multa de acordo com o TSE que entendeu que não ofende a liberdade de expressão a exigência de comunicação prévia do endereço eletrônico.



De todo modo, para a nossa prova, memorize:



1 - Usuários falsos

O §2º do art. 57-B, da Lei das Eleições, incluído pela **Lei nº 13.488/2017**, contém a seguinte redação:

§ 2º **NÃO** é admitida a veiculação de conteúdos de cunho eleitoral mediante cadastro de usuário de aplicação de internet com a intenção de falsear identidade.

A ideia do legislador em relação a esse dispositivo foi evitar a divulgação e propagação de informações pelos usuários *fakes*, já que seguramente seu objetivo é divulgar notícias falsas com o intuito de prejudicar os concorrentes na disputa eleitoral. O responsável por criar e administrar essas contas falsas poderá ser multado, conforme veremos adiante.

2 - Vedação à utilização da internet para alterar o teor da repercussão de propaganda eleitoral

Outra regra específica trazida pela **Lei nº 13.488/2017** foi a que acresceu o §3º ao art. 57-B, da Lei das Eleições.

Veda-se tanto a utilização de conteúdos pagos como o uso de ferramentas não disponibilizadas pelo provedor de internet, ainda que gratuitas, para buscar alterar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral.

Veja:

§ 3º É **VEDADA** a utilização de **impulsionamento de conteúdos e ferramentas digitais não disponibilizadas pelo provedor da aplicação de internet, ainda que gratuitas, para alterar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral, tanto próprios quanto de terceiros.**

Observe-se que continua sendo vedada a utilização de determinadas propagandas pagas na internet, como por exemplo a contratação de matérias em sites de notícias ou blogs, o pagamento de pessoas naturais ou jurídicas para que divulguem em seus perfis propagandas em benefício de candidatos e partidos, entre outros.

3 - Sanções ao provedor de aplicação da internet

Pergunta-se:

O Facebook, como um dos maiores provedores de aplicativo de internet, pode ser penalizado em razão de uma postagem falsa impulsionada?

É possível, desde que seja notificado a retirar o conteúdo, mas não atenda à ordem judicial no prazo determinado. É exatamente isso que disciplina o §4º do art. 57-B, da Lei das Eleições, com redação dada pela Lei nº 13.488/2017:

§ 4º O provedor de aplicação de internet que possibilite o impulsionamento pago de conteúdos deverá contar com canal de comunicação com seus usuários e **somente poderá ser responsabilizado por danos decorrentes do conteúdo impulsionado se, APÓS ORDEM JUDICIAL específica, NÃO TOMAR AS PROVIDÊNCIAS** para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente pela Justiça Eleitoral.

Sigamos!

4 - Sanções

Note que vimos acima diversas ordens e vedações. Quando descumpridas haverá imposição de multas. O §5º do art. 57-B, da Lei das Eleições, prevê:

§ 5º A **violação do disposto neste artigo** sujeita o **usuário** responsável pelo conteúdo e, **quando comprovado seu prévio conhecimento**, o **beneficiário**, à **multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) ou em valor equivalente ao dobro da quantia despendida, se esse cálculo superar o limite máximo da multa.**

Note que a multa poderá atingir tanto o responsável pela informação divulgada de forma irregular como também o beneficiário, ou seja, candidato. Contudo, em relação ao beneficiário, faz-se necessário demonstrar que ele tinha ciência da divulgação irregular.

Não obstante, apurada responsabilização, será aplicada multa que irá variar de R\$ 5.000,00 a R\$ 30.000,00, podendo o valor dessa multa ser aplicada no dobro do valor utilizado na propaganda caso tenha sido superior ao limite máximo.

Por exemplo, se alguém pagar pela divulgação de um conteúdo ilícito na internet o valor de R\$ 16.000,00, o valor da multa será o equivalente ao dobro (ou seja, R\$ 32.000,00), pois ultrapassou o limite máximo que é de R\$ 30.000,00.

5 - Impulsionamento de postagens na internet

Do que estudamos até o momento, você deve ter notado que o impulsionamento de postagens na internet constitui **exceção à regra da gratuidade da propaganda eleitoral** na internet. Antes da **Lei nº 13.488/2017** toda e qualquer propaganda na internet somente poderia ser realizada regularmente se divulgada de forma gratuita, independentemente do portal ou aplicação utilizados.

Com a Reforma Eleitoral de 2017, admite-se a possibilidade de que haja impulsionamento de postagens como, por exemplo, a propaganda paga no Facebook, Instagram ou Adwords.

Em razão dessas modificações, o *caput* do art. 57-C, da Lei das Eleições, passou a ter a seguinte redação:

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

O TSE decidiu em 2017 que a propaganda realizada no facebook sob a denominação de página patrocinada é proibida por violar o art. 57-C da LE. Veja trecho da decisão abaixo:

ELEIÇÕES 2016. AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR. CONFIGURAÇÃO. FACEBOOK. INCIDÊNCIA DO ART. 57-C DA LEI 9.504/97. RAZÕES DO AGRAVO INTERNO QUE NÃO AFASTAM OS FUNDAMENTOS DA DECISÃO IMPUGNADA. AGRAVO REGIMENTAL A QUE SE NEGA PROVIMENTO.

O art. 57-C da Lei 9.504/97 não viola o princípio constitucional da liberdade de expressão. A ferramenta denominada Página Patrocinada, do Facebook – na modalidade de propaganda eleitoral paga - desatende o disposto no art. 57-C da Lei das Eleições, sendo, pois, proibida sua utilização para divulgar mensagens que contenham conotação eleitoral. Precedente: Rp 946-75/DF, Rel. Min. TARCISIO VIEIRA DE CARVALHO NETO, publicado na sessão de 14.10.2014.⁴⁰

⁴⁰ AGRAVO REGIMENTAL NO RECURSO ESPECIAL ELEITORAL N° 108-26.2016.6.26.0296, Min. Rel. Napoleão Nunes Maia Filho, Tribunal Pleno, Publicado em Sessão 17/10/2017.

Ainda que gratuita, vedam-se algumas formas de propaganda na internet, conforme se extrai do §1º abaixo:

§ 1º É **VEDADA**, ainda que gratuitamente, a veiculação de **propaganda eleitoral na internet**, em sítios:

I – de **pessoas jurídicas**, com ou sem fins lucrativos;

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

Qualquer violação a essa regra implica imposição de multa, que segue idêntica regra que vimos acima, no §5º do art. 57-B, da Lei das Eleições. Confira o dispositivo:

§ 2º A **violação do disposto neste artigo** sujeita o responsável pela divulgação da propaganda ou pelo impulsionamento de conteúdos e, quando comprovado seu prévio conhecimento, o beneficiário, à **multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais)** ou em valor equivalente ao dobro da quantia despendida, se esse cálculo superar o limite máximo da multa.



Desse modo, para a prova lembre-se:

VIOLAÇÃO DAS REGRAS RELATIVAS À PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET

- **multa**: de R\$ 5.000,00 a R\$ 30.000,00
- se o valor despendido superar R\$ 15.000,00 será aplicada multa no dobro da quantia despendida

Fique atento!!!

Lembre-se de que publicação na internet de novos conteúdos ou impulsionamento, no dia da eleição, são práticas tipificadas como crime na forma do art. 39 §5º IV da LE.

Para encerrar o dispositivo, confira o §3º que trata da contratação do impulsionamento de forma direta com o provedor de aplicações da internet, sem qualquer compensação ou interferência do Poder Judiciário na utilização desse meio de propaganda eleitoral:

§ 3º O impulsionamento de que trata o **caput** deste artigo deverá ser contratado diretamente com provedor da aplicação de internet com sede e foro no País, ou de sua

filial, sucursal, escritório, estabelecimento ou representante legalmente estabelecido no País e apenas com o fim de promover ou beneficiar candidatos ou suas agremiações.



(MPE-SP – MPE-SP – 2019) Permite-se, no dia das eleições,

- a) o uso de alto-falantes e amplificadores de som ou a promoção de comício ou carreata.
- b) a divulgação de qualquer espécie de propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos.
- c) a arregimentação de leitor ou propaganda de boca de urna.
- d) a publicação de novos conteúdos ou o impulsionamento de conteúdos nas aplicações de internet.
- e) a manutenção em funcionamento nas aplicações de internet de conteúdos publicados anteriormente.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. De acordo com o inciso I do §5º do art. 39 da LE o uso de alto-falantes e amplificadores de som ou a promoção de comício ou carreata no dia da eleição é crime punido com detenção, de 06 meses a 01 ano, com a alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo período, e multa no valor de 5.000 a 15.000 UFIRs.

A **alternativa B** está incorreta. De acordo com o inciso III, §5º do art. 39 da Lei 9.504/1997, a divulgação de qualquer espécie de propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos no dia da eleição também é crime punido nos mesmos parâmetros descritos na alternativa A.

A **alternativa C** está incorreta. Mais uma vez temos uma conduta vedada e considerada crime pela legislação eleitoral agora no inciso II do §5º do art. 39 da LE.

A **alternativa D** está incorreta. Também é vedado o impulsionamento de conteúdo no dia das eleições ou a publicação de novos conteúdos na forma do inciso IV do §5º do art. 39 da LE.

A **alternativa E** está correta e é o gabarito da questão. Como vimos a vedação é para novos conteúdos os anteriormente publicados podem ser mantidos sem nenhum problema.

O art. 57-D estabelece que a manifestação política na internet é decorrência do princípio da liberdade de expressão e de pensamento, sendo assegurado o direito de resposta do ofendido como veremos mais adiante. Contudo, dada a possibilidade de violação a direito de outrem, **VEDA-SE O ANONIMATO**. Em caso de violação, será imposta **MULTA DE R\$ 5.000 A R\$ 30.000**, nos mesmos termos que vimos acima. Além disso, o responsável se sujeita às **sanções cíveis e criminais, para além da eleitoral e da determinação para retirada do material irregular**.

Art. 57-D. 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 58-A, e por outros meios de comunicação interpessoal mediante mensagem eletrônica.

§ 1º Vetado.

§ 2º A **violação** do disposto neste artigo sujeitará o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado seu prévio conhecimento, o beneficiário à **MULTA** no valor de **R\$ 5.000,00 (CINCO MIL REAIS) A R\$30.000,00 (TRINTA MIL REAIS)**.

§ 3º 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.

O art. 24, da LE, arrola uma lista enorme de pessoas que não poderão efetuar doações a partidos políticos. Essas entidades, segundo o que disciplina o art. 57-E, da LE, não poderão, também, fornecer eventuais cadastros de e-mail que possuam para os candidatos, partidos ou coligações, sob pena de **MULTA DE R\$ 5.000 A R\$ 30.000**.

Do mesmo modo, veda-se a venda de cadastros de e-mail.

Art. 57-E. São **VEDADAS** às pessoas relacionadas no art. 24 a **utilização, doação ou cessão de cadastro eletrônico** de seus clientes, em favor de candidatos, partidos ou coligações.

§ 1º É **PROIBIDA A VENDA DE CADASTRO DE ENDEREÇOS ELETRÔNICOS**.

§ 2º A violação do disposto neste artigo sujeita o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado seu prévio conhecimento, o beneficiário à **multa** no valor de R\$5.000,00 (cinco mil reais) a R\$30.000,00 (trinta mil reais).



CADASTROS ELETRÔNICOS - NÃO PODEM SER FORNECIDOS POR

- entidade ou governo estrangeiro
- órgão da Administração Pública
- concessionário ou permissionário de serviço público
- entidade de direito privado beneficiária de contribuição compulsória
- entidade de utilidade pública
- entidade de classe ou sindical
- pessoa jurídica sem fins lucrativos que receba recursos do exterior
- entidades benéficas e religiosas
- entidades esportivas
- organizações não governamentais que recebam recursos públicos
- organizações da sociedade civil de interesse público

Caso haja determinação para a retirada da propaganda irregular, os provedores – responsáveis pelo armazenamento das informações dos sites, blogs e redes sociais – devem cumprir a determinação da Justiça Eleitoral no prazo consignado, sob pena de incorrer na **MULTA DE R\$ 5.000 A R\$ 30.000**.

Vejamos o que dispõe o art. 57-F, da LE:

Art. 57-F. Aplicam-se ao **provedor de conteúdo e de serviços multimídia** que hospeda a divulgação da propaganda eleitoral de candidato, de partido ou de coligação as **penalidades** previstas nesta Lei, **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**.

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

Vimos que entre as formas de propaganda permitida na internet está o envio de mensagens a endereços eletrônicos – os denominados “spams”. Esse mecanismo é legal segundo a legislação, contudo, as mensagens enviadas devem possuir um *link* para descadastramento do e-mail pelo destinatário. Uma vez requerida a exclusão do e-mail, o partido deverá proceder a retirada no prazo de 48 horas, sob pena de multa de R\$ 100,00 por mensagem enviada.

Art. 57-G. As **mensagens eletrônicas** enviadas por candidato, partido ou coligação, por qualquer meio, deverão dispor de **mecanismo que permita seu descadastramento pelo destinatário**, obrigado o remetente a **providenciá-lo no PRAZO DE QUARENTA E OITO HORAS**.

Parágrafo único. Mensagens eletrônicas **enviadas após o término do prazo** previsto no caput sujeitam os responsáveis ao pagamento de **MULTA** no valor de **R\$ 100,00 (cem reais), por mensagem**.



(VUNESP – TJ-RO - 2019) No que toca ao processo, campanha e propaganda eleitoral, assinale a alternativa correta.

- O candidato poderá registrar sua candidatura avulsa, desde que comprove sua filiação partidária.
- A propaganda eleitoral gratuita em sítios de pessoas jurídicas sem fins lucrativos pode ser veiculada, desde que comprovada perante a Justiça Eleitoral a gratuidade e a inexistência de fins lucrativos da referida pessoa jurídica.
- A certidão de quitação eleitoral para os condenados ao pagamento de multa eleitoral deve ser expedida somente àqueles que tenham, até a data da formalização do seu pedido de registro de candidatura, quitado a referida multa.
- A responsabilidade pelo pagamento de multas decorrentes de propaganda eleitoral é solidária entre os candidatos e os respectivos partidos, não alcançando outros partidos mesmo quando integrantes de uma mesma coligação.
- As mensagens eletrônicas enviadas por candidatos, partidos políticos ou coligações deverão dispor de mecanismo que permita seu descadastramento pelo destinatário, obrigando, no prazo de quarenta e oito horas, o remetente a providenciar o descadastramento e aquelas mensagens enviadas após o descadastramento sujeitarão o responsável à multa de R\$ 1.000,00 (mil Reais).

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. O §14º do art. 11 da Lei 9.504/97 vedava o registro da candidatura avulsa. Além disso o §3º do art. 14 da CF prevê a filiação partidária como uma das condições de elegibilidade.

A **alternativa B** está incorreta. Como estudamos o inciso I do §1º do art. 57-C da LE vedava a veiculação de propaganda eleitoral em sítios de pessoas jurídicas com ou sem fins lucrativos.

A **alternativa C** está incorreta. De acordo com o inciso I do §8º do art. 11 da LE a certidão de quitação eleitoral será expedida para os condenados ao pagamento de multa que tenham até a data da formalização do seu

pedido de registro de candidatura comprovado o pagamento ou o cumprimento regular de parcelamento do débito.

A **alternativa D** está correta e é o gabarito da questão. A assertiva trata da responsabilidade solidária pelo pagamento das multas decorrentes de propaganda eleitoral previsto no §5º do art. 6º da LE.

§ 5º A responsabilidade pelo pagamento de multas decorrentes de propaganda eleitoral é solidária entre os candidatos e os respectivos partidos, não alcançando outros partidos mesmo quando integrantes de uma mesma coligação.

A **alternativa E** está incorreta. O erro da assertiva está no valor da multa que será de R\$ 100,00 por mensagem enviada após o término do prazo de 48 horas para o cadastramento.

A tradicional **MULTA DE R\$ 5.000 A R\$ 30.000** será aplicada a quem **realizar propaganda eleitoral na internet, atribuindo indevidamente sua autoria a terceiro**.

Conduta mais grave é a contratação de grupo de pessoas para emitir mensagens ou comentários ofensivos, violadores da honra e imagem de candidato, de partido político ou coligação. De acordo com a LE, tal conduta é **CRIME**.

- O **RESPONSÁVEL** pela contratação ilegal sofrerá penalidade de **detenção (de 2 a 4 anos) e multa no valor de R\$15.000,00 a R\$50.000,00**.
- Já os **CONTRATADOS** sofrerão penalidade de **detenção (de 6 meses a 1 ano) com alternativa de conversão em prestação de serviços à comunidade e multa no valor de R\$ 5.000,00 a R\$ 30.000,00**.

Vejamos o dispositivo:

Art. 57-H. Sem prejuízo das demais sanções legais cabíveis, será punido, com **MULTA** de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), quem **realizar propaganda eleitoral na internet, atribuindo indevidamente sua autoria a terceiro**, inclusive a candidato, partido ou coligação.

§ 1º Constitui **CRIME** a **contratação direta ou indireta** de grupo de pessoas com a finalidade específica de emitir mensagens ou comentários na internet para ofender a honra ou denegrir a imagem de candidato, partido ou coligação, 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).

§ 2º Igualmente incorrem em **CRIME**, 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), as pessoas **contratadas** na forma do § 1º.

Na propaganda eleitoral no rádio e na TV, caso irregular, o beneficiário da propaganda eleitoral perde o tempo correspondente ou tem suas transmissões suspensas por decisão da Justiça Eleitoral.

De forma semelhante, a **Lei nº 13.488/2017** trouxe a suspensão do acesso ao conteúdo veiculado de forma irregular.

Essa suspensão, evidentemente que por se tratar de restrição a direito de liberdade de expressão, depende de processo judicial, que segue o rito das representações judiciais eleitorais, disciplinadas no art. 96, da Lei das Eleições.

O tempo de suspensão será definido de acordo com a gravidade da infração apurada, não podendo superar o **limite máximo de 24 horas** de suspensão. Havendo reiteração na conduta o tempo de suspensão será duplicado.

Confira:

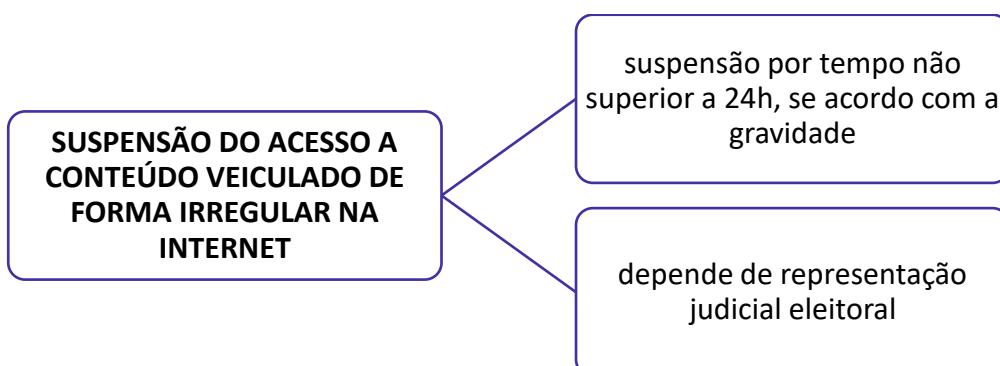
Art. 57-I. A requerimento de candidato, partido ou coligação, observado o rito previsto no art. 96 desta Lei, a Justiça Eleitoral poderá determinar, no âmbito e nos limites técnicos de cada aplicação de internet, a suspensão do acesso a todo conteúdo veiculado que deixar de cumprir as disposições desta Lei, devendo o número de horas de suspensão ser definida proporcionalmente à gravidade da infração cometida em cada caso, observado o limite máximo de vinte e quatro horas.

§ 1º A cada **reiteração** de conduta, será **duplicado** o período de suspensão.

§ 2º No período de suspensão a que se refere este artigo, a empresa informará, a todos os usuários que tentarem acessar seus serviços, que se encontra temporariamente inoperante por desobediência à legislação eleitoral.



Em termos de prova, devemos ficar atentos:



Por fim, vejamos uma questão que cobrou exatamente esse assunto:



(CESPE - 2012) Julgue o item a seguir, acerca de propaganda eleitoral na Internet.

Será suspenso, indefinidamente, o acesso ao conteúdo informativo do sítio eletrônico que veicular propaganda eleitoral em ofensa às regras definidas pela legislação eleitoral, independentemente de requerimento ou da observância de qualquer rito específico.

Comentários

A assertiva está **incorrecta**, com base no art. 57-I, da Lei nº 9.504/1997. A suspensão do acesso ao sítio eletrônico pode ocorrer pelo limite máximo de 24 horas e não indefinidamente como diz a questão.

No art. 57-J, **acrescentado pela Lei nº 13.488/2017** e abaixo citado, temos autorização para que o TSE, no uso da função regulamentar, disciplinar a propaganda eleitoral na internet. Veja:

Art. 57-J. O **Tribunal Superior Eleitoral regulamentará** o disposto nos arts. 57-A a 57-I desta Lei de acordo com o cenário e as ferramentas tecnológicas existentes em cada momento eleitoral e promoverá, para os veículos, partidos e demais entidades interessadas, a formulação e a ampla divulgação de regras de boas práticas relativas a campanhas eleitorais na internet.

Essa resolução ainda não existe, mas se sabe que o TSE está em fase de edição desse ato normativo.

DIREITO DE RESPOSTA

Chegamos, finalmente, ao último tópico teórico da presente aula. De fato, o assunto é extenso e demanda muito estudo, especialmente porque a legislação é repleta de detalhes e de prazos que são cobrados em prova. Não há alternativa. Estudem bem a aula, revisem o conteúdo e, havendo dúvidas, entrem em contato conosco para saná-las. Somente desse modo, absorveremos todo o conteúdo necessário para realizarmos uma boa prova. Ok?

Vimos, no início da aula de hoje, que entre os princípios que informam a propaganda eleitoral estão os princípios da informação e da veracidade. Ou seja:

- ⇒ É direito dos eleitores serem informados sobre os participantes do certame, inclusive quanto às informações pessoais, dada a natureza do cargo.
- ⇒ Os fatos apresentados devem ser verdadeiros sob pena de deturpação das eleições, da legitimidade, da igualdade e do princípio democrático que envolve a disputa eleitoral.

Dessa forma, de acordo com o art. 58, da LE, assegura-se o direito de resposta ao candidato, ao partido político ou à coligação quando atingidos (direta ou indiretamente) por informações caluniosas, difamatórias, injuriosas ou sabidamente inverídicas divulgadas nos diversos meios de comunicação.

Vejamos o art. 58:

Art. 58. A partir da escolha de candidatos em Convenção, é assegurado o **direito de resposta** a candidato, partido ou coligação atingidos, ainda que de forma indireta, por conceito, imagem ou afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa ou sabidamente inverídica, difundidos por qualquer veículo de comunicação social.

Nesse contexto, leciona a doutrina⁴¹:

O direito de resposta cabe ao ofendido por propaganda eleitoral que ultrapassa os limites do bom senso, acabando por interferir na esfera jurídica de alguém. A mera crítica não é capaz, por si só, de caracterizar o deferimento do direito de resposta. É necessário que tenha ocorrido imagem ou afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa ou sabidamente inverídica, difundidas por qualquer veículo de comunicação social.

A jurisprudência do TSE⁴² conceitua fato sabidamente inverídico, para fins de direito de resposta, como aquele que não demanda investigação sendo perceptível de plano.

Para o pedido de resposta, a Lei das Eleições fixa diversos prazos. Vejamos:

§ 1º O ofendido, ou seu representante legal, poderá pedir o exercício do direito de resposta à Justiça Eleitoral nos seguintes prazos, contados a partir da veiculação da ofensa:

I – **vinte e quatro horas**, quando se tratar do horário eleitoral gratuito;

II – **quarenta e oito horas**, quando se tratar da programação normal das emissoras de rádio e televisão;

III – **setenta e duas horas**, quando se tratar de órgão da imprensa escrita.

Devemos ficar atentos ao art. 58, inciso IV, que foi incluído pela **Lei nº 13.165/2015**.

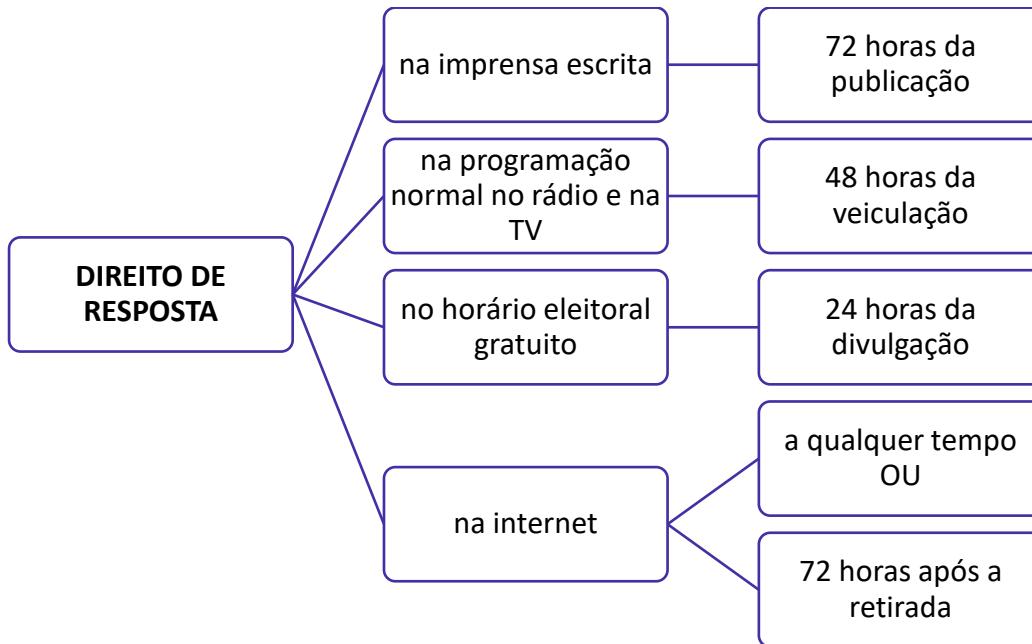
IV - a qualquer tempo, quando se tratar de conteúdo que esteja sendo divulgado na internet, ou em **72 (setenta e duas) horas**, após a sua retirada.

⁴¹ OLIVEIRA, João Paulo. **Direito Eleitoral**, p. 176.

⁴² Ac.-TSE, de 2.10.2014, na Rp nº 139448 e, de 23.9.2014, na Rp nº 120133



Para a nossa prova...



Se a veiculação da ofensa inviabilizar a resposta nos prazos acima, a LE afirma que a Justiça Eleitoral determinará prazo para divulgação da resposta, ainda que **48 horas antes do pleito**, quando é vedada a propaganda eleitoral. É o que dispõe o §4º, do presente artigo.

§ 4º Se a ofensa ocorrer em dia e hora que inviabilizem sua reparação dentro dos prazos estabelecidos nos parágrafos anteriores, a resposta será divulgada nos horários que a Justiça Eleitoral determinar, ainda que nas **quarenta e oito horas anteriores ao pleito**, em termos e forma previamente aprovados, de modo a não ensejar tréplica.

Após o recebimento do pedido de resposta nos prazos acima, a Justiça Eleitoral notificará imediatamente a parte demandada que oferecerá resposta no prazo de **24 horas**. Após o decurso do prazo, o pedido será encaminhado para o juiz eleitoral decidir no prazo de **72 horas**, a contar da protocolização do pedido. Dessa forma, podemos afirmar que o **juiz eleitoral terá prazo de 48 horas para julgar o pedido**.

§ 2º Recebido o pedido, a Justiça Eleitoral **notificará imediatamente o ofensor** para que se **DEFENDA EM VINTE E QUATRO HORAS**, devendo a **DECISÃO SER PROLATADA NO PRAZO MÁXIMO DE SETENTA E DUAS HORAS DA DATA DA FORMULAÇÃO DO PEDIDO**.



A Lei das Eleições prevê, ainda, algumas regras específicas relativas ao pedido de resposta, cuja leitura é o suficiente para fins da nossa prova:

↳ IMPRENSA ESCRITA

§ 3º Observar-se-ão, ainda, as seguintes regras no caso de pedido de resposta relativo à ofensa veiculada:

I – em órgão da **imprensa escrita**:

- a) o pedido deverá ser **instruído com um exemplar da publicação** e o texto para resposta;
- b) deferido o pedido, a divulgação da **resposta dar-se-á no mesmo veículo, espaço, local, página, tamanho, caracteres** e outros elementos de realce usados na ofensa, **EM ATÉ QUARENTA E OITO HORAS APÓS A DECISÃO** ou, tratando-se de veículo com periodicidade de circulação maior que quarenta e oito horas, na primeira vez em que circular;
- c) por solicitação do ofendido, **a divulgação da resposta será feita no mesmo dia da semana em que a ofensa foi divulgada**, **ainda que fora do prazo de quarenta e oito horas;**

- d) se a ofensa for produzida em dia e hora que inviabilizem sua reparação dentro dos prazos estabelecidos nas alíneas anteriores, a Justiça Eleitoral determinará a imediata divulgação da resposta;
- e) o **ofensor deverá comprovar nos autos o cumprimento da decisão**, mediante dados sobre a regular distribuição dos exemplares, a quantidade impressa e o raio de abrangência na distribuição;

☛ PROGRAMAÇÃO NORMAL DO RÁDIO E DA TELEVISÃO

II – em programação normal das emissoras de rádio e de televisão:

- a) a **Justiça Eleitoral**, à vista do pedido, deverá **notificar imediatamente o responsável pela emissora** que realizou o programa **para que entregue** em vinte e quatro horas, sob as penas do art. 347 da Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965 – Código Eleitoral, **cópia da fita** da transmissão, que será devolvida após a decisão;
- b) o responsável pela emissora, ao ser notificado pela Justiça Eleitoral ou informado pelo reclamante ou representante, por cópia protocolada do pedido de resposta, preservará a gravação até a decisão final do processo;
- c) deferido o pedido, a **resposta** será dada em **ATÉ QUARENTA E OITO HORAS APÓS A DECISÃO**, em tempo igual ao da ofensa, porém **NUNCA INFERIOR A UM MINUTO**;

☛ HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO

III – no horário eleitoral gratuito:

- a) o ofendido usará, para a **resposta**, **tempo igual ao da ofensa, NUNCA INFERIOR, PORÉM, A UM MINUTO**;
- b) a resposta será **veiculada no horário destinado ao partido ou coligação responsável** pela ofensa, devendo necessariamente dirigir-se aos fatos nela veiculados;
- c) **se o tempo reservado ao partido ou coligação responsável pela ofensa for inferior a um minuto, a resposta será levada ao ar tantas vezes quantas sejam necessárias** para a sua complementação;
- d) deferido o pedido para resposta, a **emissora geradora e o partido ou coligação atingidos deverão ser notificados imediatamente da decisão**, na qual deverão estar indicados quais os períodos, diurno ou noturno, para a veiculação da resposta, que deverá ter lugar no início do programa do partido ou coligação;
- e) o **meio magnético com a resposta** deverá ser **entregue à emissora geradora, até TRINTA E SEIS HORAS** após a ciência da decisão, para veiculação no programa subsequente do partido ou coligação em cujo horário se praticou a ofensa;

f) se o ofendido for candidato, partido ou coligação que tenha usado o tempo concedido SEM responder aos fatos veiculados na ofensa, TERÁ SUBTRAÍDO TEMPO IDÊNTICO DO RESPECTIVO PROGRAMA ELEITORAL; tratando-se de terceiros, ficarão sujeitos à suspensão de igual tempo em eventuais novos pedidos de resposta e à multa no valor de duas mil a cinco mil UFIR.

PROPAGANDA NA INTERNET

IV – em propaganda eleitoral na internet:

- a) deferido o pedido, o usuário ofensor deverá divulgar a resposta do ofendido em até quarenta e oito horas após sua entrega em mídia física, e deverá empregar nessa divulgação o mesmo impulsionamento de conteúdo eventualmente contratado nos termos referidos no art. 57-C desta Lei e o mesmo veículo, espaço, local, horário, página eletrônica, tamanho, caracteres e outros elementos de realce usados na ofensa; (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)
- b) a resposta ficará disponível para acesso pelos usuários do serviço de internet por tempo NÃO INFERIOR AO DOBRO em que esteve disponível a mensagem considerada ofensiva;
- c) os custos de veiculação da resposta correrão por conta do responsável pela propaganda original.

Sigamos com as prescrições finais do dispositivo:

§ 5º Da decisão sobre o exercício do direito de resposta cabe recurso às instâncias superiores, EM VINTE E QUATRO HORAS DA DATA DE SUA PUBLICAÇÃO em cartório ou sessão, assegurado ao recorrido oferecer CONTRA-RAZÕES EM IGUAL PRAZO, a contar da sua notificação.

§ 6º A Justiça Eleitoral deve proferir suas decisões no prazo máximo de vinte e quatro horas, observando-se o disposto nas alíneas d e e do inciso III do § 3º para a restituição do tempo em caso de provimento de recurso.

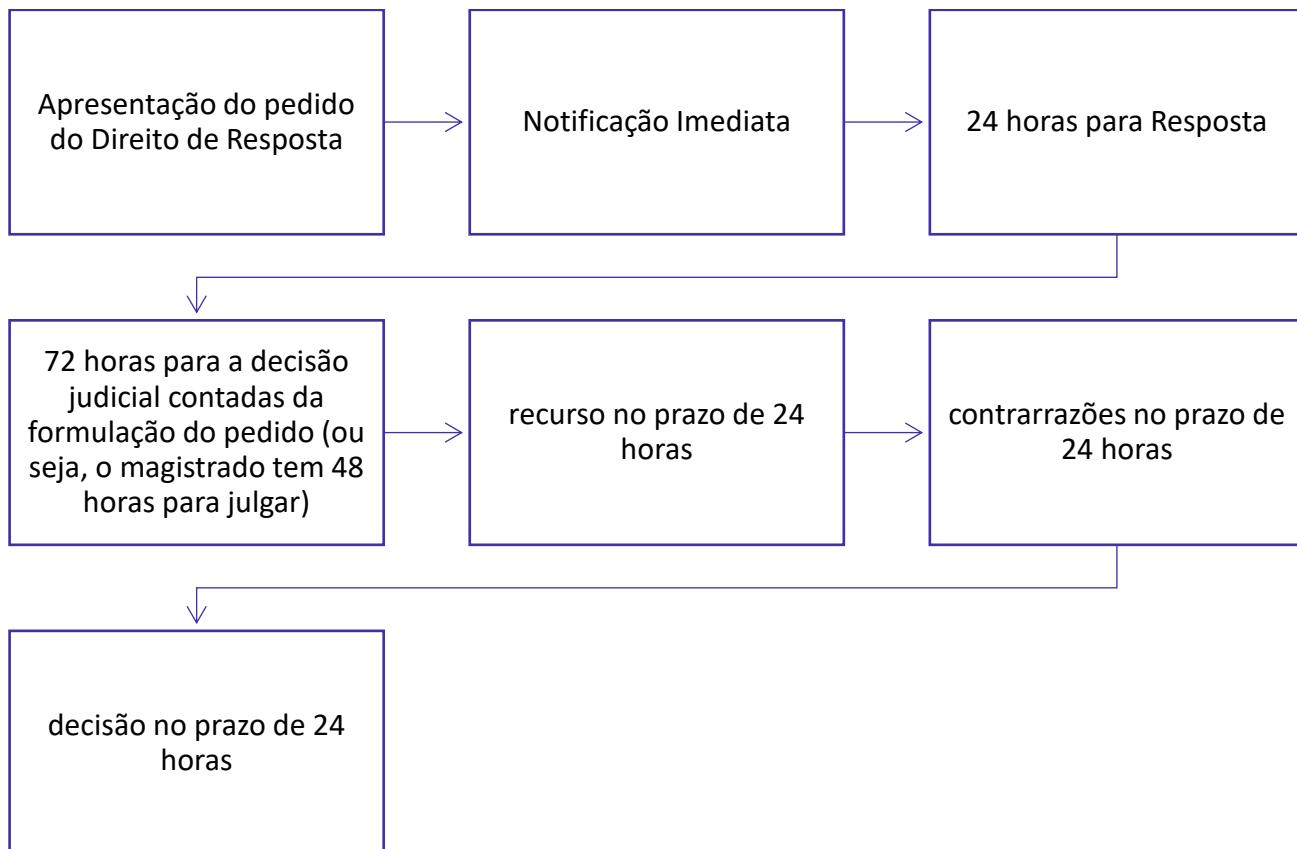
§ 7º A inobservância do prazo previsto no parágrafo anterior sujeita a autoridade judiciária às penas previstas no art. 345 da Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965 – Código Eleitoral.

§ 8º O não-cumprimento integral ou em parte da decisão que conceder a resposta sujeitará o infrator ao pagamento de multa no valor de cinco mil a quinze mil UFIR, duplicada em caso de reiteração de conduta, sem prejuízo do disposto no art. 347 da Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965 – Código Eleitoral.

§ 9º Caso a decisão de que trata o § 2º não seja prolatada em 72 (setenta e duas) horas da data da formulação do pedido, a Justiça Eleitoral, de ofício, providenciará a alocação de Juiz auxiliar.



Vejamos, por fim, uma linha do tempo completa:



Para finalizarmos a parte teórica relativa a esse capítulo, vejamos o art. 58-A, que estabelece o **trâmite preferencial aos processos que envolvem a propaganda eleitoral**:

Art. 58-A. Os pedidos de direito de resposta e as representações por propaganda eleitoral irregular em rádio, televisão e internet tramitarão preferencialmente em relação aos demais processos em curso na Justiça Eleitoral.

Vejamos, ainda, uma questão que trata do tema:



(FCC - 2011) Quando o direito de resposta tiver sido formulado por partido político em decorrência de afirmação difamatória feita no horário eleitoral gratuito, se o tempo reservado ao partido ou coligação responsável pela ofensa for inferior a um minuto, o direito de resposta

- a) fixará prejudicado.
- b) será levado ao ar tantas vezes quantas sejam necessárias para completar um minuto.
- c) será levado ao ar no dobro do tempo gasto com a ofensa.
- d) ficará restrito ao tempo da ofensa.
- e) será levado ao ar no triplo do tempo gasto com a ofensa.

Comentários

De acordo com o art. 58, §3º, III, “c”, da Lei nº 9.504/97, o direito de resposta será levado ao ar tantas vezes quantas sejam necessárias para completar um minuto.

§ 3º Observar-se-ão, ainda, as seguintes regras no caso de pedido de resposta relativo a ofensa veiculada:

III - no horário eleitoral gratuito:

c) se o tempo reservado ao partido ou coligação responsável pela ofensa for inferior a um minuto, **a resposta será levada ao ar tantas vezes quantas sejam necessárias para a sua complementação;**

Dessa forma, a **alternativa B** está correta e é o gabarito da questão.

LEGISLAÇÃO DESTACADA

↳ art. 36, §1º E 2º, da Lei nº 9.504/1997: propaganda intrapartidária

§ 1º Ao postulante a candidatura a cargo eletivo é permitida a realização, **NA QUINZENA ANTERIOR À ESCOLHA PELO PARTIDO**, de propaganda intrapartidária com vista à indicação de seu nome, **VEDADO** o uso de **rádio, televisão e outdoor**.

§ 2º **Não será permitido** qualquer tipo de propaganda política paga no rádio e na televisão.
(Redação dada pela Lei nº 13.487, de 2017)

↳ art. 36, da Lei nº 9.504/1997 (igual ao art. 240, do CE):

Art. 36. A propaganda eleitoral somente é permitida **APÓS O DIA 15 DE AGOSTO** do ano da eleição.

↳ art. 36-A, da Lei nº 9.504/1997: hipóteses que não configuram propaganda eleitoral antecipada.

Art. 36-A. *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:

I – 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;

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

III - 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;

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

V - a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais; (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)

VI - 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.

VII - campanha de arrecadação prévia de recursos na modalidade prevista no inciso IV do § 4º do art. 23 desta Lei. (Incluído dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 1º É **VEDADA** a transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão das prévias partidárias, sem prejuízo da cobertura dos meios de comunicação social.

§ 2º Nas hipóteses dos incisos I a VI do caput, são permitidos o pedido de apoio político e a divulgação da pré-candidatura, das ações políticas desenvolvidas e das que se pretende desenvolver.

§ 3º O disposto no § 2º não se aplica aos profissionais de comunicação social no exercício da profissão.

↳ art. 36-B, da Lei nº 9.504/1997: hipótese que configura propaganda eleitoral antecipada

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.

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.

↳ art. 36, §2º, da Lei nº 9.504/1997: vedação à propaganda partidária no segundo semestre do ano eleitoral

§ 2º No segundo semestre do ano da eleição, **NÃO** será veiculada a **propaganda partidária gratuita** prevista em lei nem permitido qualquer tipo de propaganda política paga no rádio e na televisão.

↳ art. 36, §4º, da Lei nº 9.504/1997: divulgação obrigatória de vices e suplentes

§ 4º Na **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. 40-B, da Lei nº 9.504/1997: necessidade de demonstração do prévio conhecimento para a responsabilização do candidato por propaganda ilícita

Art. 40-B. A **representação** relativa à propaganda irregular deve ser **instruída com prova da autoria ou do prévio conhecimento do beneficiário**, caso este não seja por ela responsável.

Parágrafo único. A **responsabilidade** do candidato estará **demonstrada se este, intimado da existência da propaganda irregular, não providenciar, NO PRAZO DE 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.

↳ Art. 38, §§3º e 4º, da Lei nº 9.504/1997: propaganda com adesivo

§ 3º Os adesivos de que trata o caput deste artigo poderão ter a **DIMENSÃO MÁXIMA de 50 (cinquenta) centímetros por 40 (quarenta) centímetros**.

§ 4º É **PROIBIDO** colar propaganda eleitoral em veículos, EXCETO adesivos microperfurados **ATÉ A extensão total do para-brisa traseiro** e, em outras posições, adesivos até a dimensão máxima fixada no § 3º.

↳ art. 243, do CE, propaganda eleitoral vedada

Art. 243. **NÃO** será tolerada propaganda:

- I – de guerra, de processos violentos para subverter o regime, a ordem política e social ou de preconceitos de raça ou de classes;
- II – que provoque animosidade entre as Forças Armadas ou contra elas, ou delas contra as classes e instituições civis;
- III – de incitamento de atentado contra pessoa ou bens;
- IV – de instigação à desobediência coletiva ao cumprimento da lei de ordem pública;
- V – que implique em **oferecimento, promessa ou solicitação de dinheiro, dádiva, rifa, sorteio ou vantagem de qualquer natureza**;
- VI – que perturbe o sossego público, com algazarra ou abusos de instrumentos sonoros ou sinais acústicos;
- VII – por meio de impressos ou de objeto que pessoa inexperiente ou rústica possa confundir com moeda;
- VIII – que prejudique a higiene e a estética urbana ou contravenha a posturas municipais ou a outra qualquer restrição de direito;
- IX – que caluniar, difamar ou injuriar quaisquer pessoas, bem como órgãos ou entidades que exerçam autoridade pública.

↳ art. 37, da Lei nº 9.504/1997: propaganda em bens que dependam de cessão do poder público ou bens de uso comum

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.

§ 2º **Não é permitida** a veiculação de material de **propaganda eleitoral em bens públicos ou particulares**, exceto de: (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

I - **bandeiras ao longo de vias públicas**, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos; (Incluído dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

II - **adesivo plástico** em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, **desde que não exceda a 0,5 m²** (meio metro quadrado). (Incluído dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

↳ art. 37, §§ 6º e 7º, Lei nº 9.504/1997: utilização de mesas de campanha

§ 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.

§ 7º A mobilidade referida no § 6º estará caracterizada com a **colocação e a retirada dos meios de propaganda ENTRE AS SEIS HORAS E AS VINTE E DUAS HORAS**.

↳ art. 37, §3º, da Lei nº 9.504/1997: propaganda nas dependências do Poder Legislativo

§ 3º Nas **dependências do Poder Legislativo**, a veiculação de propaganda eleitoral fica a critério da **Mesa Diretora**.

↳ art. 37, 8º: propaganda em locais privados

§ 8º A veiculação de propaganda eleitoral em bens particulares deve ser **espontânea e gratuita**, sendo **VEDADO qualquer tipo de pagamento em troca de espaço para esta finalidade**.

↳ art. 39, §3º, da Lei nº 9.504/1997: utilização de alto-falantes e amplificadores de som

§ 3º O **funcionamento de alto-falantes ou amplificadores** de som, ressalvada a hipótese contemplada no parágrafo seguinte, somente é **permitido entre as OITO E AS VINTE E DUAS HORAS**, sendo vedados a instalação e o uso daqueles equipamentos em distância inferior a duzentos metros:

I – das **sedes dos Poderes Executivo e Legislativo** da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, das sedes dos **Tribunais** Judiciais, e dos **quartéis** e outros estabelecimentos militares;

II – dos **hospitais e casas de saúde**;

III – das **escolas, bibliotecas públicas, igrejas e teatros**, quando em funcionamento.

↳ art. 39, §4º, da Lei nº 9.504/1997: realização de comício

§ 4º A realização de **comícios** e a **utilização de aparelhagens de sonorização fixas** são **permitidas no horário compreendido entre as 8 (oito) e as 24 (vinte e quatro) horas**, com exceção do **comício de encerramento da campanha**, que poderá ser prorrogado por **MAIS 2 (DUAS) HORAS**.

↳ art. 39, §7º, da Lei nº 9.504/1997: vedação ao showmício

§ 7º É **PROIBIDA** a realização de **showmício** e de evento assemelhado para promoção de candidatos, bem como a apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício e reunião eleitoral.

↳ art. 39, §8º, da Lei nº 9.504/1997: vedada a utilização de outdoor

§ 8º É **VEDADA** a propaganda eleitoral mediante **outdoors**, sujeitando-se a empresa responsável, os partidos, coligações e candidatos à **imediata retirada** da propaganda irregular **e** ao pagamento de **multa no valor de 5.000 (cinco mil) a 15.000 (quinze mil) UFIRs**.

↳ art. 39, §6º, da Lei nº 9.504/1997: vedação à utilização de brindes

§ 6º É **VEDADA** na campanha eleitoral a 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**.

↳ art. 39, §10, da Lei nº 9.504/1997: vedação à utilização de trio elétricos

§ 10. Fica **VEDADA** a utilização de **trios elétricos** em campanhas eleitorais, **EXCETO** para a **sonorização de comícios**.

↳ art. 39, §9º, da Lei nº 9.504/1997: limite geral de horário para a propaganda eleitoral nas vésperas das eleições

§ 9º Até as vinte e duas horas do dia que antecede a eleição, serão permitidos distribuição de material gráfico, caminhada, carreata, passeata ou carro de som que transite pela cidade divulgando jingles ou mensagens de candidatos.

↳ art. 39-A, da Lei nº 9.504/1997: manifestação individual e silenciosa

Art. 39-A. É **permitida**, no dia das eleições, a **manifestação individual e silenciosa da preferência do eleitor** por partido político, coligação ou candidato, revelada **EXCLUSIVAMENTE** pelo uso de **bandeiras, broches, dísticos e adesivos**.

↳ art. 41-A, da Lei nº 9.504/1997: captação ilícita de sufrágio.

Art. 41-A. Ressalvado o disposto no art. 26 e seus incisos, **constitui captação de sufrágio**, vedada por esta Lei, o candidato **doar, oferecer, prometer, ou entregar, ao eleitor, com o fim de obter-lhe o voto**, bem ou vantagem pessoal de qualquer natureza, inclusive emprego ou função pública, **desde o registro da candidatura até o dia da eleição**, inclusive, sob pena de **multa de mil a cinquenta mil UFIR, e cassação do registro ou do diploma**,

observado o procedimento previsto no art. 22 da Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990.

§ 1º Para a caracterização da conduta ilícita, é desnecessário o pedido explícito de votos, bastando a evidência do dolo, consistente no especial fim de agir.

§ 2º As sanções previstas no caput aplicam-se contra quem praticar atos de violência ou grave ameaça a pessoa, com o fim de obter-lhe o voto.

§ 3º A representação contra as condutas vedadas no caput poderá ser **ajuizada até a data da diplomação**.

§ 4º O prazo de recurso contra decisões proferidas com base neste artigo será de **3 (três) dias, a contar da data da publicação do julgamento** no Diário Oficial.

↳ art. 43, da Lei nº 9.504/1997: propaganda na mídia impressa

Art. 43. São permitidas, até a antevéspera das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na Internet do jornal impresso, de **ATÉ 10 (DEZ) ANÚNCIOS** de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada candidato, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide.

§ 1º Deverá constar do anúncio, de forma visível, o valor pago pela inserção.

§ 2º A inobservância do disposto neste artigo sujeita os responsáveis pelos veículos de divulgação e os partidos, coligações ou candidatos beneficiados a multa no valor de **R\$1.000,00 (mil reais) a R\$10.000,00 (dez mil reais) ou equivalente ao da divulgação da propaganda paga**, se este for maior.

↳ art. 45, da Lei nº 9.504/1997: veda-se a transmissão de programa apresentado, ou comentado, por pré-candidato a partir de 30 de junho.

§ 1º **A PARTIR DE 30 DE JUNHO DO ANO DA ELEIÇÃO**, é vedado, ainda, às emissoras transmitir programa apresentado ou comentado por pré-candidato, sob pena, no caso de sua escolha na convenção partidária, de imposição da multa prevista no § 2º e de cancelamento do registro da candidatura do beneficiário.

↳ art. 46, *caput*, da Lei nº 9.504/1997: debates

Art. 46. Independentemente da veiculação de propaganda eleitoral gratuita no horário definido nesta Lei, é facultada a transmissão por emissora de rádio ou televisão de debates sobre as eleições majoritária ou proporcional, assegurada a participação de candidatos dos partidos com representação no Congresso Nacional, de, no mínimo, cinco parlamentares,

e facultada a dos demais, observado o seguinte: (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

↳ art. 47, §2º, da Lei nº 9.504/1997: distribuição dos horários

§2º Os horários reservados à propaganda de cada eleição, nos termos do § 1º, serão distribuídos entre todos os partidos e coligações que tenham candidato, observados os seguintes critérios:

I - **90% (noventa por cento)** distribuídos proporcionalmente ao número de representantes na Câmara dos Deputados, considerado, no caso de coligação para as eleições majoritárias, o resultado da soma do número de representantes dos **6 (seis) maiores partidos** que a integrem;

II - **10% (dez por cento)** distribuídos igualitariamente.

↳ art. 47, §8º, da Lei nº 9.504/1997: entrega das mídias às emissoras

§ 8º As **mídias** com as gravações da propaganda eleitoral no rádio e na televisão serão entregues às emissoras, inclusive nos sábados, domingos e feriados, com a **ANTECEDÊNCIA MÍNIMA**:

I – de **6 (SEIS) HORAS** do horário previsto para o início da transmissão, no caso dos **programas em rede**;

II – de **12 (DOZE) HORAS** do horário previsto para o início da transmissão, no caso das **inserções**.

↳ art. 49, da Lei nº 9.504/1997: distribuição dos horários em segundo turno

Art. 49. Se houver segundo turno, as emissoras de rádio e televisão reservarão, a partir da sexta-feira seguinte à realização do primeiro turno e até a antevéspera da eleição, horário destinado à divulgação da propaganda eleitoral gratuita, dividida em dois blocos diários de dez minutos para cada eleição, e os blocos terão início às sete e às doze horas, no rádio, e às treze e às vinte horas e trinta minutos, na televisão. (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

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

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

↳ art. 51, da Lei nº 9.504/1997: propaganda eleitoral por inserções

Art.51. Durante o período previsto no art. 47 desta Lei, as emissoras de rádio e televisão e os canais por assinatura mencionados no art. 57 desta Lei reservarão setenta minutos diários para a propaganda eleitoral gratuita, a serem usados em inserções de trinta e de sessenta segundos, a critério do respectivo partido ou coligação, assinadas obrigatoriamente pelo partido ou coligação, e distribuídas, ao longo da programação veiculada entre as cinco e as vinte quatro horas, nos termos do § 2º do art. 47 desta Lei, obedecido o seguinte: (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 2º Durante o período previsto no art. 49 desta Lei, onde houver segundo turno, as emissoras de rádio e televisão e os canais de televisão por assinatura mencionados no art. 57 desta Lei reservarão, por cada cargo em disputa, vinte e cinco minutos para serem usados em inserções de trinta e de sessenta segundos, observadas as disposições deste artigo. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

↳ art. 53 e 53-A, da Lei nº 9.504/1997: regras em relação à produção do material de propaganda.

Art. 53. **NÃO** serão admitidos **cortes instantâneos** ou qualquer tipo de **censura prévia** nos programas eleitorais gratuitos.

§ 1º É **VEDADA** a **veiculação de propaganda que possa degradar ou ridicularizar candidatos**, sujeitando-se o partido ou coligação infratores à perda do direito à veiculação de propaganda no horário eleitoral gratuito do dia seguinte.

§ 2º Sem prejuízo do disposto no parágrafo anterior, a requerimento de partido, coligação ou candidato, a **Justiça Eleitoral** impedirá a reapresentação de propaganda ofensiva à honra de candidato, à moral e aos bons costumes.

Art. 53-A. É **VEDADO** aos partidos políticos e às coligações **incluir no horário destinado aos candidatos às eleições proporcionais propaganda das candidaturas a eleições majoritárias ou vice-versa, RESSALVADA** a utilização, durante a exibição do programa, de legendas com referência aos candidatos majoritários ou, ao fundo, **de cartazes ou fotografias** desses candidatos, ficando **autorizada a menção ao nome e ao número de qualquer candidato do partido ou da coligação**.

§ 1º É **facultada** a inserção de **depoimento de candidatos a eleições proporcionais no horário da propaganda das candidaturas majoritárias e vice-versa**, registrados sob o mesmo partido ou coligação, desde que o depoimento consista exclusivamente em pedido de voto ao candidato que cedeu o tempo.

§ 2º Fica vedada a utilização da propaganda de candidaturas proporcionais como propaganda de candidaturas majoritárias e vice-versa.

§ 3º O partido político ou a coligação que não observar a regra contida neste artigo perderá, em seu horário de propaganda gratuita, tempo equivalente no horário reservado à propaganda da eleição disputada pelo candidato beneficiado.

↳ art. 57-A, da Lei nº 9.504/1997: propaganda eleitoral na internet

Art. 57-A. É permitida a propaganda eleitoral na internet, nos termos desta Lei, **após o dia 15 DE AGOSTO do ano da eleição.**

↳ art. 57-B, da Lei nº 9.504/1997: formas de realização da propaganda eleitoral na internet

Art. 57-B. A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes **formas**:

I – **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;

II – **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;

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

IV - por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas cujo conteúdo seja gerado ou editado por: (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

↳ art. 57-C, *caput* e §1º, da Lei nº 9.504/1997: a propaganda eleitoral na internet somente pode ser gratuita

Art. 57-C. É vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, EXCETUADO o impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos, coligações e candidatos e seus representantes. (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 1º É **VEDADA**, ainda que gratuitamente, a veiculação de **propaganda eleitoral na internet**, em sítios:

I – de **pessoas jurídicas**, com ou sem fins lucrativos;

II – **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-I, da Lei nº 9.504/1997: suspensão do acesso.

Art. 57-I. A requerimento de candidato, partido ou coligação, observado o rito previsto no art. 96 desta Lei, a Justiça Eleitoral poderá determinar, no âmbito e nos limites técnicos de cada aplicação de internet, a suspensão do acesso a todo conteúdo veiculado que deixar de cumprir as disposições desta Lei, devendo o número de horas de suspensão ser definida

proporcionalmente à gravidade da infração cometida em cada caso, observado o limite máximo de vinte e quatro horas. (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 1º A cada reiteração de conduta, será duplicado o período de suspensão.

§ 2º No período de suspensão a que se refere este artigo, a empresa informará, a todos os usuários que tentarem acessar seus serviços, que se encontra temporariamente inoperante por desobediência à legislação eleitoral.

↳ art. 58, da Lei nº 9.504/1997: direito de resposta

Art. 58. A partir da escolha de candidatos em Convenção, é assegurado o **direito de resposta a candidato, partido ou coligação atingidos, ainda que de forma indireta, por conceito, imagem ou afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa ou sabidamente inverídica, difundidos por qualquer veículo de comunicação social.**

§ 1º O ofendido, ou seu representante legal, poderá pedir o exercício do direito de resposta à Justiça Eleitoral nos seguintes prazos, contados a partir da veiculação da ofensa:

I – vinte e quatro horas, quando se tratar do horário eleitoral gratuito;

II – quarenta e oito horas, quando se tratar da programação normal das emissoras de rádio e televisão;

III – setenta e duas horas, quando se tratar de órgão da imprensa escrita.

IV - a qualquer tempo, quando se tratar de conteúdo que esteja sendo divulgado na internet, ou em 72 (setenta e duas) horas, após a sua retirada.

§ 2º Recebido o pedido, a Justiça Eleitoral **notificará imediatamente o ofensor para que se DEFENDA EM Vinte E Quatro HORAS**, devendo a **DECISÃO SER PROLATADA NO PRAZO MÁXIMO DE SETENTA E DUAS HORAS DA DATA DA FORMULAÇÃO DO PEDIDO.**

↳ art. 58-A, da Lei nº 9.504/1997: trâmite preferencial dos processos que envolvem propaganda eleitoral na internet.

Art. 58-A. Os pedidos de direito de resposta e as representações por propaganda eleitoral irregular em rádio, televisão e internet tramitarão preferencialmente em relação aos demais processos em curso na Justiça Eleitoral.

RESUMO

Propaganda Política

- A propaganda constitui um conjunto de técnicas voltadas para propagar uma ideia, uma opinião, uma ideologia.
- O termo correto a se empregar na seara eleitoral é a **PROPAGANDA POLÍTICA**, não marketing político, nem publicidade política.

○ PROPAGANDA POLÍTICA

↳ **propaganda institucional:** é a propaganda oficial, feita pela própria administração pública, com o objetivo de divulgar suas ações.

↳ **propaganda intrapartidária:** a propaganda intrapartidária é aquela realizada por filiado de partido que aspira ser candidato em pleito eletivo.

↳ **propaganda partidária:** a propaganda partidária é aquela realizada na divulgação das ideias e do programa do partido.

↳ **propaganda eleitoral:** a propaganda eleitoral é uma forma de captação de votos usada pelos partidos políticos, coligações ou candidatos, em época determinada por lei, por meio de divulgação de suas propostas, visando à eleição de cargos eletivos.

○ FUNDAMENTOS DA PROPAGANDA POLÍTICA

↳ liberdade de informação e de expressão

↳ faculdade de participar da vida política do Estado

○ LIMITES DA PROPAGANDA POLÍTICA

↳ direito à intimidade, à honra e à vida privada

↳ igualdade de chances na disputa eleitoral

↳ dever de transparência

O PRINCÍPIOS

- ↳ **Princípio da Legalidade da Propaganda:** a propaganda política é regulada por lei federal (art. 23, I, da CF), competindo ao TSE editar regulamentações à lei, sem invadir a competência legislativa.
- ↳ **Princípio da Liberdade da Propaganda:** é livre a realização de qualquer forma de propaganda, em recintos fechados e abertos, sendo desnecessária a obtenção de autorizações da polícia para realizá-las.
- ↳ **Princípio da Responsabilidade da Propaganda:** a propaganda será atribuída, em regra, aos candidatos e aos partidos políticos, pelo que responderão civil, administrativa e criminalmente. Eventualmente poderão ser responsabilizados os veículos de comunicação e o agente de comunicação.
- ↳ **Princípio Igualitário da Propaganda:** todos os envolvidos no processo eleitoral – candidatos, partidos e coligações – devem possuir igualdade de oportunidades na divulgação de propaganda.
- ↳ **Princípio do Controle Judicial:** à Justiça Eleitoral compete o controle da aplicação da legislação eleitoral relativa à propaganda, que será exercido, inclusive, por intermédio do poder de polícia

Propaganda Intrapartidária

- Realizada no prazo de 15 dias antes da data designada para as convenções (que devem ocorrer entre 20/7 e 5/8).
- É VEDADA A PROPAGANDA INTRAPARTIDÁRIA EM
 - ↳ rádio
 - ↳ propaganda
 - ↳ outdoor
- VIOLAÇÃO:
 - ↳ multa entre R\$ 5.000,00 e R\$ 25.000,00 ou o valor pago na propaganda, se maior.

* necessário comprovar o prévio conhecimento.

Propaganda Eleitoral Antecipada

○ PERÍODO: a propaganda eleitoral poderá ser desenvolvida entre os dias 16/8 e o dia das eleições. Propaganda realizada fora desse período será considerada propaganda antecipada ou extemporânea e é ilícita.

○ Não configura propaganda eleitoral antecipada, desde que não contenha pedido explícito de votos:

↳ REFERÊNCIA À PRETENSA CANDIDATURA

↳ EXALTAÇÃO DAS QUALIDADES PESSOAIS DOS PRÉ-CANDIDATOS.

↳ Participação em entrevistas e em programas nos meios de comunicação de massa, desde que o tratamento conferido seja isonômico.

↳ Encontros, seminários e congressos em ambientes fechados, realizados pelos partidos para discutir políticas públicas, processos eleitorais, planos e governos, alianças voltadas para as eleições.

↳ Prévias partidárias e distribuição de material, nomes dos filiados que participarão da disputa ou debates entre pré-candidatos.

↳ Divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos

↳ Manifestação e posicionamento pessoal sobre questões políticas.

↳ Realização de reuniões pela sociedade civil, pela imprensa ou pelo partido para divulgação de ideias, de objetivos e de propostas.

↳ Campanha de arrecadação prévia de recursos

○ Hipóteses que constituem propaganda eleitoral antecipada: 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.

Propaganda partidária

○ A lei 14.291/2022 trouxe de volta ao ordenamento jurídico a propaganda partidária.

Multas por irregularidades na propaganda política

O MULTA (5 a 25 mil ou no valor da propaganda, se superior a 25 mil)

↳ se o candidato fizer propaganda eleitoral durante o período de propaganda intrapartidária.

↳ se o candidato fizer propaganda eleitoral fora do período eleitoral (de 15 de agosto até as eleições).

↳ se o partido político fizer propaganda partidária no segundo semestre do ano eleitoral.

Representação por propaganda ilícita

O COMPETÊNCIA

↳ TSE: Presidente da República e vice-Presidente

↳ TRE:

- Governador e vice-Governador
- Deputado Federal
- Deputado Estadual
- Senador da República

↳ Juiz Eleitoral

- Prefeito e vice-Prefeito
- Vereador

O Restará comprovada a responsabilidade do candidato, do partido político ou da coligação caso, após notificados, não realizem a remoção ou a regularização da propaganda no prazo de 48 horas.

Propaganda Eleitoral

O FORMA DE REALIZAÇÃO E DE IDENTIFICAÇÃO DA PROPAGANDA

↳ Para eleição de candidatos por partidos não coligados.

- Nas eleições proporcionais, deve constar da propaganda:

- Nome do candidato
 - Número do candidato
 - Nome do partido.
- Nas eleições majoritárias, deve constar da propaganda:
- Nome do candidato
 - Nome do vice ou suplente, não inferior a 30% do nome do titular.
 - Número do candidato
 - Nome do partido político.

↳ Para eleição de candidatos por partidos coligados

- Nas eleições proporcionais - não se permite mais a formação de coligações.
- Nas eleições majoritárias, deve constar da propaganda:
- Nome do candidato
 - Nome do vice ou suplente, não inferior a 30% do nome do titular.
 - Número do candidato
 - Nome da coligação
 - Nome das legendas que integram a coligação (pode ser abreviado).

○ MATERIAL IMPRESSO

- ↳ Inscrição do CNPJ ou CPF do responsável pela confecção do material.
- ↳ Inscrição do CNPJ ou do CPF do responsável pela contratação da propaganda.
- ↳ Indicação da tiragem.

↳ PROPAGANDA CONJUNTA (prestação de contas):

- os gastos deverão constar na respectiva prestação na proporção individual
- os gastos devem constar na conta de quem arcou com a despesa, se for apenas um dos candidatos que a pagou

○ ADESIVOS (hipóteses excepcionalmente admitidas)

↳ dimensões (máximo): 50cm X 40cm

↳ em veículos

- microperfurados
- ATÉ extensão total do para-brisa ou nas dimensões acima

Limites espaciais da propaganda

○ LOCAIS PÚBLICOS

↳ 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.
- 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 (fixáveis das 6h às 22h) e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.

↳ A PROPAGANDA NO PODER LEGISLATIVO depende da mesa diretora.

○ LOCAIS PRIVADOS

↳ É VEDADA COMO EM REGRA, sendo admitida excepcionalmente:

- Utilização de bandeiras em vias públicas, que podem ser utilizadas (não podem dificultar o andamento do trânsito de pessoas e de veículos)
- A segunda delas é a fixação de adesivos plásticos, não superiores a 0,5m², em:
 - Caminhões;
 - Bicicletas;
 - Motocicletas; e
 - Janelas residenciais.

↳ DEVE OBSERVAR a legislação eleitoral.

↳ DEVE POSSUIR, NO MÁXIMO, 0,5M².

↳ feita em adesivo ou papel.

○ CONSEQUÊNCIA PARA QUEM VIOLAR OS LIMITES ESPACIAIS:

1º - notificação para retirar e restaurar, se necessário

2º - se não cumprir, multa no valor entre R\$ 2.000,00 e R\$ 8.000,00

Regras específicas de propagandas

○ ALTO-FALANTES E AMPLIFICADORES

↳ admissível entre as 8h e 22h.

↳ vedado:

- órgãos públicos em geral (Executivo, Legislativo, Judiciário e quartéis).
- hospitais e casas de saúde.
- escolas, bibliotecas pública, igrejas e teatros.

○ COMÍCIO

↳ COMÍCIOS EM GERAL: das 08 às 24 horas

↳ COMÍCIO DE ENCERRAMENTO DA CAMPANHA: das 08 às 02 horas

* o showmício é vedado.

○ OUTDOORS: não pode ser utilizado

↳ sanção:

- imediata retirada
- multa entre 5.000 e 15.000 UFIRs

○ É VEDADA A DISTRIBUIÇÃO DE

↳ camisetas

↳ chaveiros

↳ bonés

↳ canetas

↳ brindes

↳ cestas básicas

○ TRIO ELÉTRICO: vedada a utilização

○ CARROS DE SOM E MINITRIOS: são admissíveis, desde que respeitem os limites de sonorização.

À limite sonoro de 80 decibéis medidos a sete metros de distância; e

↳ utilização em carreatas, caminhadas e passeatas ou durante reuniões e comícios.

○ DISPONIBILIZAÇÃO DE MATERIAL ELEITORAL: até as 22 horas do dia anterior ao das eleições

○ PROPAGANDA ELEITORAL NO DIA DAS ELEIÇÕES:

↳ utilização de alto-falantes e de amplificadores de som

↳ comício

↳ carreata

↳ arregimentação de eleitor

↳ propaganda de boca de urna

↳ divulgação de propaganda eleitoral

PENA (cumulativos)

↳ detenção (6 meses a 1 ano) ou prestação de serviços à comunidade

↳ multa

○ PERMITE-SE A MANIFESTAÇÃO INDIVIDUAL E SILENCIOSA DO ELEITOR NO DIA DAS ELEIÇÕES PORTANDO

↳ bandeiras

↳ broches

↳ dísticos

↳ adesivos

○ REGRAS PARA O DIA DA ELEIÇÃO:

↳ PESSOAS EM GERAL: não podem se aglomerar, até o término da votação, portando vestuário padronizado alusivo a determinado partido ou candidato.

↳ SERVIDORES, MESÁRIOS E ESCRUTINADORES: não podem usar qualquer vestuário ou objeto com propaganda eleitoral.

↳ FISCAIS DE PARTIDO: poderão utilizar apenas crachás com nome e sigla do partido ou coligação, vedada a padronização.

○ CAPTAÇÃO ILÍCITA DE SUFRÁGIO

↳ conceito: doar, oferecer, prometer ou entregar, ao eleitor, com o fim de obter-lhe o voto, bem ou vantagem pessoal de qualquer natureza, inclusive emprego ou função pública, desde o registro da candidatura até o dia da eleição.

↳ consequência: multa e cassação do registro ou do diploma.

↳ O pedido de explícito de votos é apenas uma das formas de caracterização da captação ilícita de votos. Qualquer forma, ainda que dissimulada, pela qual o candidato **haja com o dolo de conseguir o voto ilicitamente** poderá ser configurado como captação ilícita.

↳ A representação por captação ilícita de votos poderá ser **ajuizada até a data da diplomação do candidato, caso seja eleito.**

↳ Da decisão proferida na representação ilícita é cabível **recurso** para instância superior no prazo de **três dias**.

Propaganda eleitoral em mídia impressa ou digital

- PAGA
- admissível até a antevéspera das eleições (sexta-feira)
- no máximo 10 anúncios por jornal ou por revista
- máximo de 1/8 da página se em jornal padrão e 1/4 se em revista
- deve constar do anúncio o valor da propaganda

Propaganda no rádio e na TV

- A PARTIR DE 05 DE AGOSTO VEDA-SE ÀS EMISSORAS:
 - ↳ divulgar consulta popular de natureza eleitoral
 - ↳ veicular propaganda política
 - ↳ realizar tratamento privilegiado a candidato, a partido ou a coligação
 - ↳ veicular em seus programas alusão ou crítica a candidato ou a partido político, ainda que de forma dissimulada
 - ↳ divulgar nome de programa que se refira a candidato escolhido em Convenção.
- VEDA-SE A TRANSMISSÃO DE PROGRAMA POR PRÉ-CANDIDATO: a partir do dia 30 de junho do ano eleitoral.
- CONSEQUÊNCIAS: por violar as vedações acima:
 - ↳ MULTA de 20.000 a 100.000 UFIRs (duplicada em caso de reincidência)
 - ↳ PERDA PELO PARTIDO OU PELA COLIGAÇÃO DO DOBRO DO PERÍODO EQUIVALENTE DO DIREITO DE ARENA
- DEBATES
 - ↳ CASO O PARTIDO DECIDA REALIZAR DEBATES (TANTO PARA ELEIÇÕES MAJORITÁRIAS QUANTO PARA ELEIÇÕES PROPORCIONAIS) DEVERÁ:

- garantir a participação de agremiações que possuem 5 ou mais representantes no CN.
 - poderão chamar partidos com menor representação (4 ou menos).
- Assegura-se o direito de participar do debate o candidato filiado a partido com 10 ou mais membros eleitos na Câmara dos Deputados. Quanto aos partidos com menor representação, faculta-se à emissora convidá-los.
- Aos candidatos deve ser assegurada isonomia.
- O convite ao candidato deverá ser efetuado com 72 horas de antecedência.
- m As regras do debate serão estipuladas em acordo com os candidatos, mediante voto de 2/3 em primeiro turno para eleições majoritárias.
- PROPAGANDA ELEITORAL NO 2^a TURNO
- ↳ A partir da sexta-feira após a realização do primeiro turno até a antevéspera da realização do segundo turno.
 - ↳ Dois blocos de 10 minutos diários.
 - ↳ Serão veiculados a partir das 7h às 12h no rádio e das 13h às 20h30 na televisão.
- Não poderá o candidato à eleição proporcional participar de mais de um debate na mesma emissora.
- A emissora que violar as regras relativas ao debate poderá ter a programação normal suspensa pelo prazo de 24 horas.
- DISTRIBUIÇÃO DOS HORÁRIOS
- ↳ em bloco: “horário eleitoral gratuito”, transmitido ao mesmo tempo por todas as emissoras.
 - ↳ em inserções: são entradas diárias na programação normal de propaganda eleitoral.
 - ↳ síntese das regras:
 - **2^a, 4^a e 6^a (25min pela manhã e 25min pela tarde)**
 - Senador da República
 - Deputado Estadual

- Governador e vice-Governador
- **3^a, 5^a e SÁBADO (25m pela manhã e 25m pela tarde)**
 - Presidente e vice-Presidente
 - Deputado Federal

○ DISTRIBUIÇÃO DO TEMPO DE PROPAGANDA

- ↳ 90%: distribuídos proporcionalmente segundo o número de representantes na Câmara dos Deputados;
- ↳ 10%: distribuídos igualitariamente entre todos os partidos que registrarem candidatos

○ PRAZO PARA DISPONIBILIZAÇÃO DAS MÍDIAS ÀS EMISSORAS

- ↳ 6h de antecedência: propaganda eleitoral em bloco
- ↳ 12h de antecedência: propaganda eleitoral por inserções

○ DISTRIBUIÇÃO DE HORÁRIOS NO SEGUNDO TURNO

- Rádio
 - manhã
 - 7:00 às 7:20 horas
 - ao meio dia
 - 12:00 às 12:20
- Televisão
 - ao meio dia
 - 13:00 às 13:20
 - noite
 - 20:30 às 20:50

○ PROPAGANDA ELEITORAL POR INSERÇÕES

- INSERÇÕES NO PRIMEIRO TURNO

- tempo diário: 70m
 - período de divulgação: 35 dias antes das eleições
 - duração: de 30 e de 60 segundos
 - horário de disponibilização: das 5h às 24h
- INSERÇÕES NO SEGUNDO TURNO
 - tempo diário: 25m para cada cargo em disputa
 - período de divulgação: da sexta-feira seguinte à realização do primeiro turno até a antevéspera das eleições
 - duração: de 30 e de 60 segundos
 - horário de disponibilização: das 5h às 24h

○ DISTRIBUIÇÃO DA PROPAGANDA POR INSERÇÕES NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS

↳ 60%: Prefeito e vice-Prefeito

↳ 40%: Vereador

○ BLOCOS

↳ 1º bloco: das 5 às 11 horas

↳ 2º bloco: das 11 às 18 horas

↳ 3º bloco: das 18 às 24 horas

○ PLANO DE MÍDIA

↳ Justiça Eleitoral

↳ Partidos políticos

↳ Representação das emissoras

○ Não é possível fazer propaganda das candidaturas majoritárias no tempo destinado às candidaturas proporcionais e vice-versa.

↳ ADMITE-SE

- Exibição de cartazes ou imagens de outros candidatos e, inclusive, menção do nome e do número de qualquer candidato do partido ou coligação.
- Que outro candidato venha ao programa pedir votos para candidato de seu partido ou coligação.

○ O partido poderá se valer, na confecção da mídia, das seguintes informações:

↳ apresentação da proposta;

↳ apresentação de fotos;

↳ veiculação de jingles;

↳ veiculação de clipes de música ou vinhetas; e

↳ apresentação de apoiadores.

* Em relação aos apoiadores, também podem constar outros candidatos, que poderão se manifestar por até 25% do tempo da inserção.

○ VEDA-SE, NA ELABORAÇÃO DAS PROPAGANDAS POR INSERÇÕES, A UTILIZAÇÃO DE

↳ montagem

↳ trucagem

↳ computação gráfica

↳ desenhos animados

↳ efeitos especiais

○ NÃO PODE: participação de filiados a partidos que tenham formalizado o apoio a outros candidatos

○ PODE: entrevistas com o candidato e cenas que apresentem realizações de governo, falhas administrativas e deficiências verificadas, bem como atos parlamentares e debates legislativos.

○ VEDA-SE a divulgação de consulta pelos partidos políticos durante a propaganda eleitoral gratuita, sob pena de perder o tempo equivalente ao dobro utilizado na propaganda irregular.

○ VIOLAÇÃO DAS NORMAS DE PROPAGANDA PELA EMISSORA

↳ primária: suspensão da programação normal por 24 horas

↳ reitar: a suspensão poderá ser duplicada (48 horas)

↳ SÃO OBRIGADAS A VEICULAR A PROPAGANDA ELEITORAL GRATUITA

↳ "rede aberta"

- canais em VHF
- canais em UHF

↳ por assinatura

- Senado Federal
- Câmara dos Deputados
- Assembleias Legislativas
- Câmara Legislativa do DF
- Câmaras Municipais

Propaganda Eleitoral na Internet

○ Admitida após 15 de agosto do ano eleitoral.

○ PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET

↳ site (candidato ou partido)

↳ mensagem de spam

↳ blog

↳ redes sociais

↳ sites de mensagens instantâneas

○ É VEDADA a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga.

○ É VEDADA A PROPAGANDA NA INTERNET:

↳ em sites de pessoas jurídicas (com ou sem fins lucrativos)

↳ em sites oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da Administração Pública direta e indireta.

↳ MULTA: R\$ 5.000 a R\$ 30.000

↳ aplicada ao responsável pela divulgação

↳ ao candidato, ao partido ou à coligação beneficiada, se provado o prévio conhecimento

○ CADASTROS ELETRÔNICOS - NÃO PODEM SER FORNECIDOS POR

↳ entidade ou governo estrangeiro

↳ órgão da Administração Pública

↳ concessionário ou permissionário de serviço público

↳ entidade de direito privado beneficiária de contribuição compulsória

↳ entidade de utilidade pública

↳ entidade de classe ou sindical

↳ pessoa jurídica sem fins lucrativos que receba recursos do exterior

↳ entidades benéficas e religiosas

↳ entidades esportivas

↳ organizações não governamentais que recebam recursos públicos

↳ organizações da sociedade civil de interesse público

○ DESCADASTRAMENTO DE SPAM

↳ PRAZO: 48 horas

↳ MULTA: R\$ 100,00 por mensagem enviada.

○ VIOLAÇÃO DAS NORMAS DE PROPAGANDA PELO PROVEDOR DE INTERNET

↳ primária: suspensão da programação normal por 24 horas

↳ reiterar: a suspensão poderá ser duplicada (48 horas)

○ ADMITE-SE A DIVULGAÇÃO DE PROPAGANDA ELEITORAL EM BLOGS E REDES SOCIAIS EDITADAS POR:

↳ candidatos, partidos ou coligações (de forma orgânica ou paga)

↳ pessoas naturais (vedada a propaganda paga)

Direito de Resposta

○ na imprensa escrita: 72 horas da publicação

○ na programação normal no rádio e na TV: 48 horas da veiculação

○ no horário eleitoral gratuito: 24 horas da divulgação

○ na internet:

↳ a qualquer tempo OU

↳ 72 horas após a retirada

○ procedimento:

1) Apresentação do pedido do Direito de Resposta

2) Notificação Imediata

3) 24 horas para Resposta

- 4) 72 horas para a decisão judicial contadas da formulação do pedido (ou seja, o magistrado tem 48 horas para julgar)
- 5) recurso no prazo de 24 horas
- 6) contrarrazões no prazo de 24 horas
- 7) decisão no prazo de 24 horas

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Concluímos uma das aulas mais importantes e longas do curso. Estudem essa aula com calma e atenção.

No próximo encontro, estudaremos a **Votação no CE**.

Até lá!

Ricardo Torques



rst.estategia@gmail.com



www.fb.com.br/eleitoralparaconcurso

QUESTÕES COMENTADAS

FCC

1. (FCC/MPE-PE - 2022) De acordo com o que dispõe a Lei das Eleições (Lei nº 9.504/1997) e a jurisprudência sobre o tema, NÃO caracteriza propaganda eleitoral antecipada a

- A) divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, ainda que se faça pedido de votos.
- B) divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais, desde que não envolva pedido explícito de voto.
- C) convocação, por parte do Presidente da República, dos Presidentes das Câmaras dos Deputados, do Senado Federal e do Supremo Tribunal Federal, de redes de radiodifusão para divulgação de atos que denotem ataques a partidos políticos e seus filiados ou instituições.
- D) publicação de outdoors em apoio ao pré-candidato, desde que sem pedido expresso de voto, sendo, contudo, essa forma proscrita durante o período oficial de propaganda.
- E) realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, discussão de políticas públicas, planos de governo ou alianças partidárias visando às eleições, ainda que envolva pedido explícito de voto.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. Se houver pedido de votos, caracteriza-se propaganda eleitoral antecipada, de acordo com o art. 36-A, IV, da Lei n. 9.504/1997:

Art. 36-A. 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: *(Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)*

IV - a divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se faça pedido de votos; *(Redação dada pela Lei nº 12.891, de 2013)*

A **alternativa B** está correta. A divulgação de posicionamento pessoal, desde que não haja pedido explícito de votos, não caracteriza propaganda eleitoral antecipada.

Art. 36-A. 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: *(Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)*

V - a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais; (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)

A alternativa C está incorreta. Essa conduta é prevista como propaganda eleitoral antecipada:

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. (*Incluído pela Lei nº 12.891, de 2013*)

A alternativa D está incorreta. O TSE firmou jurisprudência no sentido de que a utilização, em pré-campanha, de veículos que são vedados na campanha, implica propaganda eleitoral antecipada. O uso de outdoors é vedado, de acordo com o art. 39, § 8º, da Lei n. 9.504/1997:

ELEIÇÕES 2018. EMBARGOS DE DECLARAÇÃO. DECISÃO MONOCRÁTICA. PEDIDO DE CONCESSÃO DE EFEITOS MODIFICATIVOS. RECEBIMENTO COMO AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. OUTDOORS. MENSAGEM DE DIVULGAÇÃO DE PROGRAMA RADIOFÔNICO DO CANDIDATO. MEIO VEDADO. INTERPRETAÇÃO LÓGICA DO SISTEMA ELEITORAL. APPLICABILIDADE DAS RESTRIÇÕES IMPOSTAS À PROPAGANDA ELEITORAL AOS ATOS DE PRÉ-CAMPANHA. PRECEDENTE. REFORMA DO ACÓRDÃO REGIONAL. DESPROVIMENTO.

1. Nos termos da jurisprudência deste Tribunal Superior, os embargos de declaração, com pretensão infringente, opostos em face de decisão monocrática, devem ser recebidos como agravo regimental. Precedentes.

2. In casu, consta da moldura fática delineada no voto condutor do acórdão regional que o ora agravante, à época pré-candidato nas eleições gerais de 2018, veiculou, no mês de junho de 2018, por meio de outdoors, a seguinte mensagem: "com o âncora Marcos Medrado – Unindo Forças Por Um Recôncavo Melhor – Programa Ligação Direta – Valença FM 101,9" (ID nº 326492).

3. A Corte Regional, amparada em julgados desta Corte Superior referentes ao pleito de 2016, entendeu que não houve ilícito eleitoral no referido ato, uma vez que inexiste o pedido explícito de votos, nos termos do art. 36-A da Lei nº 9.504/97.

4. Para o pleito de 2018, este Tribunal Superior, na sessão do dia 9.4.2019, ao concluir o julgamento do REspe nº 0600227-31.2018.6.17.0000, de relatoria do Ministro Edson Fachin, assentou a ilicitude de atos de pré-campanha em meios proibidos para a prática de atos de campanha eleitoral, de modo que "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 de multa, independentemente da existência de pedido explícito de voto".

5. "O reenquadramento jurídico dos fatos, quando cabível, é restrito às premissas assentadas pela instância regional e não se confunde com o reexame e a reavaliação do caderno probatório, providência incabível em sede de recurso especial, a teor do disposto na Súmula nº 24/TSE" (AgR-REspe nº 24-98/RJ, Rel. Min. Tarcisio Vieira de Carvalho Neto, DJe de 14.2.2019).
6. As razões postas no agravo regimental não afastam os fundamentos lançados na decisão agravada, motivo pelo qual a mantendo integralmente.
7. Embargos de declaração recebidos como agravo regimental, ao qual se nega provimento.

A **alternativa E** está incorreta. A realização deste tipo de evento não caracteriza propaganda antecipada, desde que não haja pedido expresso de voto:

Art. 36-A. 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: *(Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)*

II - a realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, discussão de políticas públicas, planos de governo ou alianças partidárias visando às eleições, podendo tais atividades ser divulgadas pelos instrumentos de comunicação intrapartidária; *(Redação dada pela Lei nº 12.891, de 2013)*

2. (FCC/TJ-AL - 2019) No que se refere a propaganda eleitoral,

- a) somente é permitida após o dia 5 de julho do ano da eleição.
- b) não é permitida a veiculação de material de propaganda eleitoral em bens públicos ou particulares, exceto bandeiras ao longo de vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.
- c) é permitido qualquer tipo de propaganda política paga no rádio e na televisão durante o período eleitoral, desde que conste da prestação de contas do candidato, partido ou coligação.
- d) configuram propaganda eleitoral antecipada, mesmo não havendo pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura e a exaltação das qualidades pessoais do pré-candidato.
- e) é permitida a veiculação de propaganda eleitoral na internet em sítios de pessoas jurídicas sem fins lucrativos.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. De acordo com o art. 36, da Lei nº 9.504/97, a propaganda eleitoral só é permitida após o dia 15 de agosto do ano eleitoral.

A **alternativa B** está correta e é o gabarito da questão. A assertiva está de acordo com o §2º e 6º do art. 37 da LE.

Art. 37. § 2º Não é permitida a veiculação de material de propaganda eleitoral em bens públicos ou particulares, exceto de: (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

I - bandeiras ao longo de vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos; (Incluído dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 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.

A **alternativa C** está incorreta. O art. 44 da LE restringe a propaganda em rádio e em televisão ao horário gratuito vedando expressamente a veiculação de propaganda paga.

A **alternativa D** está incorreta. De acordo com o art. 36-A da LE não haverá configuração de propaganda antecipada vez que não envolveu pedido explícito de votos.

A **alternativa E** está incorreta. O inciso I do §1º do art. 57-C da LE veda a veiculação de propaganda eleitoral em sítios de pessoas jurídicas com ou sem fins lucrativos.

3. (FCC/MPE-PB - 2018) O direito de resposta por afirmação difamatória na propaganda eleitoral veiculada

- pela internet será apreciada pelo Juiz Eleitoral em decisão irrecorrível.
- por qualquer meio de comunicação é assegurado aos candidatos, mas vedado aos partidos políticos e coligações.
- pela imprensa escrita deve ser pleiteada na Justiça Comum e não na Justiça Eleitoral.
- na programação normal das emissoras de rádio e televisão, quando deferido, será exercido em tempo igual ao da ofensa, porém nunca inferior a um minuto.
- no horário eleitoral gratuito deverá ser pedido no prazo de 72 horas contado da divulgação da ofensa.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. De acordo com o §5º, do art. 58, da Lei nº 9.504/97, da decisão sobre o exercício do direito de resposta cabe recurso às instâncias superiores, em vinte e quatro horas da data de sua publicação em cartório ou sessão, assegurado ao recorrido oferecer contrarrazões em igual prazo, a contar da sua notificação.

A **alternativa B** está incorreta. O art. 58, caput, da referida Lei, estabelece que a partir da escolha de candidatos em convenção, é assegurado o direito de resposta a candidato, partido ou coligação atingidos.

A **alternativa C** está incorreta, pois contraria o disposto no §1º, do art. 58, da Lei nº 9.504/97:

§ 1º O ofendido, ou seu representante legal, poderá pedir o exercício do direito de resposta à Justiça Eleitoral nos seguintes prazos, contados a partir da veiculação da ofensa:
 (...)

A **alternativa D** está correta e é o gabarito da questão, conforme dispõe o art. 58, §3º, II, “c”, da referida Lei:

§ 3º Observar-se-ão, ainda, as seguintes regras no caso de pedido de resposta relativo a ofensa veiculada:

II - em programação normal das emissoras de rádio e de televisão:

c) deferido o pedido, a resposta será dada em até quarenta e oito horas após a decisão, em tempo igual ao da ofensa, porém **nunca inferior a um minuto**;

A **alternativa E** está incorreta. O prazo é de 24 horas quando se tratar de horário eleitoral gratuito, 48 horas quando da programação normal e 72 horas quando se tratar de órgão da imprensa escrita.

4. (FCC/CLDF - 2018) É VEDADA a

- a) manifestação individual e silenciosa de eleitor por candidato, relevada pelo uso de broches e adesivos no dia das eleições.
- b) divulgação na imprensa escrita de propaganda eleitoral paga até a antevéspera das eleições.
- c) contratação direta de pessoal para prestação de serviços nas campanhas eleitorais.
- d) realização de prévias partidárias e a sua divulgação pelos instrumentos de comunicação intrapartidária e pelas redes sociais.
- e) veiculação da propaganda eleitoral em cavaletes montados em praça pública.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. Ao contrário do afirmado, é permitida no dia das eleições, a manifestação individual e silenciosa da preferência do eleitor por partido político, coligação ou candidato, revelada exclusivamente pelo uso de bandeiras, broches, dísticos e adesivos (art. 39-A, da Lei n. 9.504/97).

A **alternativa B**, também, está incorreta. Ao contrário do que afirma a alternativa, são permitidas, até a antevéspera das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 10 (dez) anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada candidato, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide (art. 43, da Lei n. 9.504/97).

A **alternativa C** está incorreta. A contratação direta de pessoal para a prestação de serviços nas campanhas eleitorais, não só não é vedada, como é regulada pelo art. 100-A, da Lei n. 9.504/97. É claro, existem situações em que ela, de fato, é vedada (ex.: art. 57-H, § 1º, da mesma lei). Mas essa é a exceção, não a regra.

A **alternativa D** está incorreta, mas é polêmica. Apesar de a lei não vedar expressamente a “realização de prévias partidárias e a sua divulgação pelos instrumentos de comunicação intrapartidária e pelas redes

sociais”, o examinador se valeu da redação revogada do art. 36-A, III, para elaborar a alternativa. Antes da alteração, a conduta era expressamente autorizada. Agora, ela meio que está englobada na nova redação do dispositivo, exigindo um esforço interpretativo. Considero, contudo, que isso não afeta a validade da questão.

A **alternativa E**, por fim, está correta e é o gabarito da questão. É vedada a veiculação de propaganda eleitoral em cavaletes montados em praça pública. Apesar de a prática ter sido utilizada diversas vezes ao longo da nossa história, hoje ela é ilegal, o que decorre tanto da revogação do art. 37, § 6º, da Lei n. 9.504/97, quanto pela expressa previsão no seu *caput*. Confiram:

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.

5. (FCC/TRE-SP - 2017) No período permitido por lei, em ano eleitoral, o candidato Joel deseja realizar propaganda eleitoral em postes de iluminação pública, enquanto que seu adversário, Jaime, no mesmo período, deseja colocar mesas para distribuição de material de campanha e utilizar bandeiras ao longo de vias públicas. A veiculação da propaganda pretendida por Joel é

- a) permitida, desde que autorizada pela Justiça Eleitoral e pela Prefeitura, e a pretendida por Jaime é permitida, independentemente de serem móveis os meios de propaganda utilizados e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.
- b) permitida, desde que não dificulte o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos, e a pretendida por Jaime é vedada.
- c) permitida, assim como a veiculação da propaganda pretendida por Jaime, porque a propaganda eleitoral não se sujeita à censura.
- d) vedada, assim como a veiculação da propaganda pretendida por Jaime, ainda que os meios de propaganda sejam móveis e não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.
- e) vedada e a pretendida por Jaime é permitida, desde que os meios de propaganda sejam colocados e retirados entre às 6h e às 22h e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.

Comentários

A questão envolve dois atos de campanha:

⚡ fixação de propaganda em postes de iluminação pública: NÃO PODE!

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.

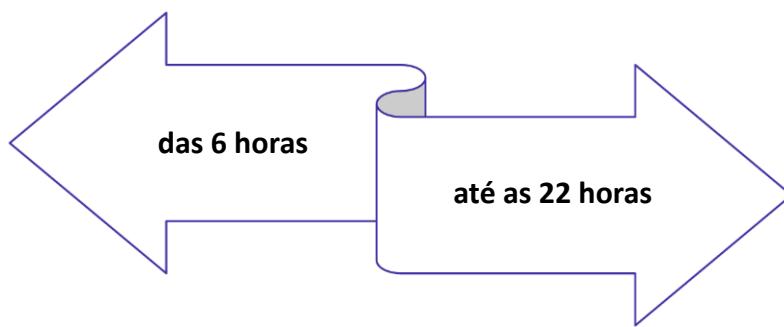
⚡ mesas para distribuição de material de campanha e utilizar bandeiras ao longo de vias públicas: PODE!

§ 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.

§ 7º A mobilidade referida no § 6º estará caracterizada com a **colocação e a retirada dos meios de propaganda ENTRE AS SEIS HORAS E AS VINTE E DUAS HORAS**.

Muita atenção nesse ponto! A redação anterior desse dispositivo flexibilizava a utilização de cavaletes. Como vimos acima, a utilização de cavaletes foi vedada expressamente pela Lei nº 12.891/2013. Desse modo, as eleições de 2014 foram as últimas em que tais instrumentos de propaganda foram permitidos. Agora, a legislação permite apenas a colocação de mesas de campanha móveis, que podem ser colocadas em vias públicas entre as 6h e 22h.

De todo modo, tais mesas somente podem ser utilizadas entre as 6 e 22 horas.



Logo, a **alternativa E** é a correta e gabarito da questão.

6. (FCC/AL-MS - 2016) Frederico, candidato à deputado estadual, sem pedir autorização para a Justiça Eleitoral, realizou, entre os dias 18 e 21 de agosto do ano eleitoral, propaganda eleitoral feita em papel, medindo 0,5 m², em uma propriedade particular, sem efetuar qualquer pagamento em troca do espaço para essa finalidade. No mesmo período, o candidato também fixou adesivos, medindo 0,5 m², em um clube de propriedade privada. Frederico realizou propaganda eleitoral

- a) regular tanto no primeiro caso quanto no segundo, pois é permitida quando realizada em bens particulares e em bens de propriedade privada, como no caso citado, feita em papel ou adesivo, nas dimensões utilizadas, independentemente de autorização da Justiça Eleitoral, desde que não contrarie a legislação eleitoral.
- b) regular no primeiro caso, pois é permitida quando realizada em bem particular, feita em papel, nas dimensões utilizadas, independentemente de autorização da Justiça Eleitoral, desde que não contrarie a legislação eleitoral; e irregular no segundo, pois é proibida a propaganda eleitoral em bens de uso comum, ainda que de propriedade privada.

c) irregular no primeiro caso, pois não é permitida a propaganda eleitoral em bens particulares nas dimensões utilizadas sem prévia autorização da Justiça eleitoral; e regular no segundo, pois é permitida quando realizada em bem de propriedade privada, como no caso citado, feita em adesivo, nas dimensões utilizadas, desde que não contrarie a legislação eleitoral.

d) irregular no primeiro caso, pois, embora não necessite de autorização da Justiça Eleitoral, somente poderá ser realizada em bem particular por meio de inscrições à tinta; e regular no segundo, pois é permitida quando realizada em bem de propriedade privada, como no caso citado, feita em adesivo, nas dimensões utilizadas, desde que não contrarie a legislação eleitoral.

e) irregular tanto no primeiro como no segundo caso, pois que realizadas as propagandas fora do período permitido pela legislação eleitoral.

Comentários

De acordo com o caput, do art. 36, da Lei nº 9.504/97, a propaganda eleitoral é permitida após o dia **15 de agosto** do ano da eleição.

No primeiro caso, Frederico realizou propaganda eleitoral regular, pois é permitida quando realizada em bens particulares, feita em papel e não excedendo a 0,5m², independentemente de autorização da Justiça Eleitoral, desde que não contrarie a própria legislação. Vejamos o §2º, do art. 37, da Lei das Eleições:

§ 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;

II - adesivo plástico em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, desde que não exceda a 0,5 m² (meio metro quadrado).

Observe que a Lei nº 13.488/2017 alterou o § 2º, do art. 37, contudo, não houve alteração no tamanho da propaganda.

Enquanto, no segundo caso, Frederico realizou propaganda eleitoral irregular, pois é **proibida** a propaganda eleitoral em **bens de uso comum, ainda que de propriedade privada**, conforme prevê o §4º, do art. 37, da referida Lei:

§ 4º Bens de uso comum, para fins eleitorais, são os assim definidos pela *Lei no 10.406, de 10 de janeiro de 2002* - 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.

Portanto, a **alternativa B** está correta e é o gabarito da questão.

7. (FCC/AL-MS - 2016) O partido político W celebrou coligações para a eleição majoritária e para a proporcional. Ocorre que os partidos que integram referida coligação possuem dúvida com relação à

realização da propaganda eleitoral. Ao consultarem um advogado especializado, descobriram que, de acordo com a Lei nº 9.504/1997, na propaganda para eleição majoritária,

- a) cada partido usará apenas sua legenda sob o nome da coligação e, na propaganda para eleição proporcional, a coligação usará, obrigatoriamente, sob sua denominação, as legendas de todos os partidos que a integram.
- b) a coligação poderá, facultativamente, usar, sob sua denominação, as legendas de todos os partidos que a integram e, na propaganda para eleição proporcional, cada partido poderá usar apenas sua legenda sob o nome da coligação.
- c) a coligação usará, obrigatoriamente, sob sua denominação, as legendas de todos os partidos que a integram e, na propaganda para eleição proporcional, cada partido usará apenas sua legenda sob o nome da coligação.
- d) cada partido poderá usar apenas sua legenda sob o nome da coligação e, na propaganda para eleição proporcional, a coligação poderá, facultativamente, usar, sob sua denominação, as legendas de todos os partidos que a integram.
- e) assim como na propaganda para eleição proporcional, a coligação usará, obrigatoriamente, sob sua denominação, as legendas de todos os partidos que a integram.

Comentários

A alternativa C está correta e é o gabarito da questão, pois é o que dispõe o §2º, do art. 6º, da Lei das Eleições:

§ 2º Na propaganda para **eleição majoritária**, a coligação usará, obrigatoriamente, sob sua denominação, as legendas de todos os partidos que a integram; na propaganda para **eleição proporcional**, cada partido usará apenas sua legenda sob o nome da coligação.

Vejamos os erros das demais alternativas:

- a) ~~cada partido usará apenas sua legenda sob o nome da coligação e, na propaganda para eleição proporcional, a coligação usará, obrigatoriamente, sob sua denominação, as legendas de todos os partidos que a integram.~~
- b) a coligação ~~poderá, facultativamente~~, usar, sob sua denominação, as legendas de todos os partidos que a integram e, na propaganda para eleição proporcional, cada partido poderá usar apenas sua legenda sob o nome da coligação.
- d) ~~cada partido poderá usar apenas sua legenda sob o nome da coligação e, na propaganda para eleição proporcional, a coligação poderá, facultativamente, usar, sob sua denominação, as legendas de todos os partidos que a integram.~~
- e) ~~assim como na propaganda para eleição proporcional~~, a coligação usará, obrigatoriamente, sob sua denominação, as legendas de todos os partidos que a integram.

8. (FCC/TRE-PB - 2015) De acordo com a Lei no 9.504/1997, que concerne à propaganda eleitoral em geral, é correto afirmar que:

- a) é vedada, em qualquer hipótese, a veiculação de propaganda eleitoral nas dependências do Poder Legislativo.
- b) da propaganda de candidatos a Senador não deverão constar os nomes dos respectivos suplentes.
- c) é vedada a transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão das prévias partidárias.
- d) a propaganda de boca de urna é permitida até a porta do local de votação.
- e) é vedada, no dia das eleições, a manifestação silenciosa da preferência do eleitor por candidato por meio do uso de adesivos.

Comentários

Vejamos cada uma das alternativas:

A **alternativa A** está incorreta, pois a PROPAGANDA NO PODER LEGISLATIVO depende da mesa diretora, conforme art. 37, §3º, da LE:

§ 3º Nas dependências do Poder Legislativo, a veiculação de propaganda eleitoral fica a critério da Mesa Diretora.

A **alternativa B** está incorreta. Além dos candidatos titulares, nas propagandas daqueles que concorrem aos cargos do Poder Executivo e aos cargos de Senador deverá constar também o nome dos vices e suplentes, em tamanho não inferior a 30% do nome do titular, conforme consta do art. 36, §4º, da LE.

A **alternativa C** é a correta e gabarito da questão, de acordo com o art. 36-A, §1º, da Lei nº 9.504/1997:

§ 1º É vedada a transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão das prévias partidárias, sem prejuízo da cobertura dos meios de comunicação social.

A **alternativa D** está incorreta, pois constitui crime eleitoral a arregimentação de eleitor ou a propaganda de boca de urna.

A **alternativa E** está incorreta. O art. 39-A, da LE, permite a manifestação individual e silenciosa por parte do eleitor no dia das eleições. Segundo o dispositivo, o eleitor poderá comparecer às eleições manifestando apoio ao candidato ou ao partido político de preferência mediante o uso de bandeiras, broches, dísticos e adesivos. Trata-se de uma forma de manifestação da liberdade expressão.

9. (FCC/TRE-PE - 2011) Ao postulante à candidatura a cargo eletivo é permitida a realização, na quinzena anterior à escolha pelo partido, de propaganda intrapartidária com vista à indicação de seu nome, através, dentre outras formas,

- a) da televisão, em inserções de até sessenta segundos, a critério do candidato.
- b) do rádio, em inserções de até sessenta segundos, a critério do candidato.
- c) de outdoor, em locais sorteados pela Justiça Eleitoral.
- d) de cartazes e bandeira no local em que será realizada a convenção partidária.

- e) do rádio ou da televisão, em programas semanais de quinze minutos, com tempo dividido entre os candidatos.

Comentários

De acordo com o art. 36, §1º, da Lei nº 9.504/97, na quinzena anterior à escolha do partido, é vedado o uso de rádio, de televisão e de outdoor.

Art. 36. A propaganda eleitoral somente é permitida após o dia 15 de agosto do ano da eleição.

§ 1º Ao postulante a candidatura a cargo eletivo é permitida a realização, na quinzena anterior à escolha pelo partido, de propaganda intrapartidária com vista à indicação de seu nome, **vedado o uso de rádio, televisão e outdoor.**

É permitido o uso de cartazes e bandeira no local em que será realizada a convenção partidária. Portanto, a **alternativa D** está correta e é o gabarito da questão.

10. (FCC/TJ-SE - 2015) A respeito da propaganda eleitoral, é correto afirmar que:

- é absolutamente vedada a veiculação de propaganda eleitoral nas dependências do Poder Legislativo.
- a propaganda eleitoral mediante outdoors só é permitida após a realização de sorteio dos locais pela Justiça Eleitoral.
- para fins de propaganda eleitoral na internet, é vedada a venda de cadastro de endereços eletrônicos.
- é permitida, no dia da eleição, a aglomeração silenciosa de pessoas portando vestuário padronizado, de modo a caracterizar manifestação coletiva.
- a propaganda paga na imprensa escrita e a reprodução na internet do jornal impresso são permitidas até o dia das eleições.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. De acordo com o art. 37, §3º, da Lei nº 9.504/97, nas pendências do Poder Legislativo, a veiculação de propaganda eleitoral fica a critério da Mesa Diretora.

A **alternativa B** está incorreta. Segundo o art. 39, §8º, da Lei nº 9.504/97, é vedada a propaganda eleitoral mediante outdoors.

§ 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 **alternativa C** está correta e é o gabarito da questão, conforme prevê o §1º do art. 57-E, da Lei nº 9.504/97:

§ 1º É proibida a venda de cadastro de endereços eletrônicos.

A **alternativa D** está incorreta. Com base no art. 39-A, §1º, da Lei nº 9.504/97, é vedada, no dia da eleição, a aglomeração de pessoas portando vestuário padronizado.

§ 1º É vedada, no dia do pleito, até o término do horário de votação, a aglomeração de pessoas portando vestuário padronizado, bem como os instrumentos de propaganda referidos no caput, de modo a caracterizar manifestação coletiva, com ou sem utilização de veículos.

A **alternativa E** está incorreta. A propaganda paga na imprensa escrita e a reprodução na internet do jornal impresso são permitidas até a antevéspera das eleições. Vejamos o art. 43, da Lei nº 9.504/97:

Art. 43. São permitidas, até a antevéspera das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 10 (dez) anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada candidato, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide.

11. (FCC/TRE-PB - 2015) De acordo com a Lei nº 9.504/1997,

- a) é permitido a qualquer candidato comparecer, nos três meses que antecedem o pleito, à inauguração de obras públicas.
- b) as emissoras de rádio e televisão não terão direito à compensação fiscal pela cedência do horário gratuito previsto na lei.
- c) a contratação de pessoal por candidatos a Vice-Presidente e Vice-Governador não é, para todos os efeitos, contabilizada como contratação pelo titular e a contratação por partidos não fica vinculada aos limites impostos aos seus candidatos.
- d) nenhum requerimento de inscrição eleitoral ou de transferência será recebido dentro dos cento e cinquenta dias anteriores à data da eleição.
- e) nos três meses que antecedem as eleições é permitida, nas inaugurações, a contratação de shows artísticos pagos com recursos públicos.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. De acordo com o art. 77, da Lei nº 9.504/97, é proibido, a qualquer candidato, comparecer, nos três meses que antecedem o pleito, à inauguração de obras públicas.

Art. 77. É proibido a qualquer candidato comparecer, nos 3 (três) meses que precedem o pleito, a inaugurações de obras públicas.

A **alternativa B** está incorreta. Conforme o art. 99, as emissoras de rádio e televisão terão direito à compensação fiscal pela cedência do horário gratuito previsto na lei.

Art. 99. As emissoras de rádio e televisão terão direito a compensação fiscal pela cedência do horário gratuito previsto nesta Lei.

A **alternativa C** está incorreta. Segundo o art. 100-A, §3º, da LE, a contratação de pessoal por candidatos a Vice-Presidente e Vice-Governador é, para todos os efeitos, contabilizada como contratação pelo titular. Ademais, a contratação por partidos não fica vinculada aos limites impostos aos seus candidatos.

§ 3º A contratação de pessoal por candidatos a Vice-Presidente, Vice-Governador, Suplente de Senador e Vice-Prefeito **é, para todos os efeitos**, contabilizada como contratação pelo titular, e a contratação por partidos fica vinculada aos limites impostos aos seus candidatos.

A **alternativa D** está correta e é o gabarito da questão, pois está previsto no art. 91.

Art. 91. Nenhum requerimento de inscrição eleitoral ou de transferência será recebido dentro dos **cento e cinquenta dias** anteriores à data da eleição.

A **alternativa E** está incorreta. Com base no art. 75, nos três meses que antecedem as eleições, é vedada, nas inaugurações, a contratação de shows artísticos pagos com recursos públicos.

Art. 75. Nos três meses que antecederem as eleições, na realização de inaugurações **é vedada** a contratação de **shows artísticos** pagos com recursos públicos.

12. (FCC/TRE-SE - 2015) Paulo, candidato a Deputado Estadual, colocou mesas ao longo de uma avenida para distribuição de material de campanha. Para garantir exclusividade do local escolhido, fixou a mesa ao solo que ali permaneceu de um dia para o outro. De acordo com a Lei nº 9.504/97, essa conduta

- a) só é permitida se a avenida tiver pouco movimento.
- b) só é permitida se houver autorização de seu partido.
- c) é vedada.
- d) é permitida, se não dificultar o bom andamento de pessoas e veículos.
- e) depende de prévia autorização da Prefeitura.

Comentários

É mais uma questão que cobra as propagandas eleitorais vedadas.

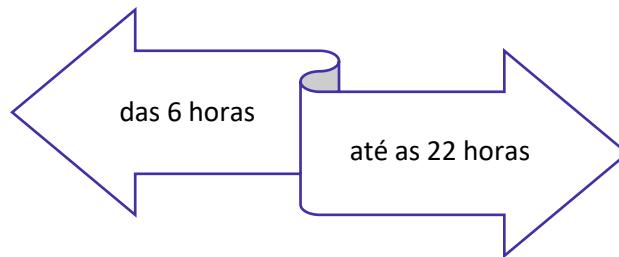
Vamos analisar o art. 37, §§ 6º e 7º, da Lei nº 9.504/1997

§ 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.

§ 7º A mobilidade referida no § 6º estará caracterizada com a **colocação e a retirada dos meios de propaganda ENTRE AS SEIS HORAS E AS VINTE E DUAS HORAS**.

Por serem fixas as mesas, temos uma conduta vedada.

Observem, ainda, que as mesas somente podem ser utilizadas entre as 6 e 22 horas. Dessa forma, ainda que móveis, a conduta seria vedada.



Deste modo, a **alternativa C** está correta e é o gabarito da questão.

13. (FCC/TRE-SE - 2015) Objetivando a propaganda de suas candidaturas, João fixou uma faixa num cinema; José colocou um cartaz na varanda da residência particular de um amigo; Pedro pendurou uma placa na igreja que costuma frequentar; Paulo fixou uma faixa no clube do qual é associado; e Plínio colocou uma placa no estádio de um clube de futebol. A Lei nº 9.504/97, desde que observados os demais requisitos legais, autoriza a propaganda feita APENAS por

- a) João, Pedro e Paulo.
- b) Paulo e Plínio.
- c) José e Plínio.
- d) João, Paulo e Plínio.
- e) José.

Comentários

A propaganda efetuada por **José está correta**, pois é possível a propaganda em bens particulares, conforme § 2º, do art. 37, da Lei nº 9.504/1997.

As propagandas de **Pedro, de Paulo e de Plínio são vedadas**, pois não é permitida a propaganda em bens de acesso geral. De acordo com o Código Civil, nos arts. 98 e 99, bens de uso comum são bens **destinados ao uso coletivo**, disponíveis a toda a população, abrangendo rios, mares, estradas, ruas e praças. A LE ampliou o conceito para incluir também os **bens de acesso geral, ainda que privados**, como cinemas, clubes, centros comerciais, templos, ginásios, estádios etc. Vejamos o caput, do art. 37.

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. (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)

Desse modo, a **alternativa E** está correta e é o gabarito da questão.

14. (FCC/TRE-PB - 2015) A respeito da propaganda eleitoral em geral, considere:

- I. Colocar faixa com o nome de candidato em cinema de propriedade particular.
 - II. Fixar cartaz com foto de candidato em centro comercial.
 - III. Fazer propaganda eleitoral de partido político por meio de placa fixada em loja de artesanato.
- É vedada pela Lei no 9.504/1997 a propaganda eleitoral indicada em
- a) I, apenas.
 - b) II, apenas.
 - c) I e III, apenas.
 - d) II e III, apenas.
 - e) I, II e III.

Comentários

Nessa questão, a FCC cobrou o assunto propaganda eleitoral, mais especificamente as regras proibitivas constantes do art. 37, §4º, da LE.

A regra é simples: **NÃO É POSSÍVEL FAZER PROPAGANDA EM LOCAIS PÚBLICOS OU DE USO COLETIVO.**

A veiculação de qualquer propaganda é vedada em **dois casos**:

1. **Bens públicos** (seja diretamente pertencente ao Poder Público ou afetados por contratos públicos);
e
2. **Bens de uso comum.**

O dispositivo é peremptório: VEDA-SE QUALQUER MODALIDADE DE PROGAGANDA (inclusive pichação, inscrição feita com tinta, fixação de placas, estandartes, **cavaletes**, faixas etc.).

Notem que os três itens, embora se refiram a bens particulares, são de uso coletivo. Portanto, a propaganda eleitoral será vedada nas três hipóteses.

§ 4 Bens de uso comum, para fins eleitorais, são os rios, mares, estradas, ruas, praças 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.

Assim, a **alternativa E** é a correta e gabarito da questão.

15. (FCC/TRE-RR - 2015) A respeito da propaganda eleitoral em geral, é correto afirmar que

- a) a propaganda eleitoral através da distribuição de folhetos, volantes e outros impressos depende de autorização da Justiça Eleitoral.
- b) nas dependências do Poder Legislativo, a veiculação de propaganda eleitoral fica a critério do Juiz Eleitoral competente.

- c) se consideram bens de uso comum, para fins eleitorais, dentre outros, as lojas, os cinemas e os centros comerciais de propriedade privada
- d) nas árvores e nos jardins localizados em áreas públicas é permitida a colocação de propaganda eleitoral, desde que não lhes cause dano
- e) a veiculação de propaganda em bens particulares pode ser realizada mediante pagamento do espaço destinado a essa finalidade.

Comentários

Vejamos cada uma das alternativas:

A **alternativa A** está incorreta, pois a propaganda eleitoral por intermédio de folhetos, de volantes e de outros impressos independem de autorização da Justiça Eleitoral.

Vejamos o art. 38, da Lei das Eleições:

Art. 38. **Independente** da obtenção de **licença municipal e de autorização da Justiça Eleitoral** a veiculação de propaganda eleitoral pela distribuição de folhetos, adesivos, volantes e outros impressos, os quais devem ser editados sob a responsabilidade do partido, coligação ou candidato. (Redação dada pela Lei nº 12.891, de 2013)

A **alternativa B** também está incorreta, pois quem decidirá a respeito da propaganda eleitoral dentro das casas legislativas será a mesa diretora, como informa o art. 37, §3º, da Lei das Eleições. Vejamos:

§ 3º Nas dependências do **Poder Legislativo**, a veiculação de propaganda eleitoral fica a critério **da Mesa Diretora**.

A **alternativa C** está correta e é o gabarito da questão. O art. 37, §4º, traz o conceito de bem de uso comum para fins eleitorais do seguinte modo:

§ 4º Bens de uso comum, para fins eleitorais, são os assim definidos pela Lei no 10.406, de 10 de janeiro de 2002 - 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**. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

A **alternativa D** está incorreta, pois o §5º, da Lei das Eleições, prevê que a colocação de propaganda em árvores e jardins públicos é vedado, ainda que não lhes cause dano. Vejamos:

§ 5º Nas **árvores e nos jardins** localizados em **áreas públicas**, bem como em muros, cercas e tapumes divisórios, **não é permitida** a colocação de propaganda eleitoral de qualquer natureza, mesmo que não lhes cause dano.

Por fim, a **alternativa E** está incorreta. O art. 37, §8º, da Lei das Eleições, dispõe que, ao contrário do afirmado, a propaganda em espaços particulares deverá ser gratuita e espontânea.

§ 8º A veiculação de propaganda eleitoral em bens particulares deve ser **espontânea e gratuita**, sendo **vedado qualquer tipo de pagamento** em troca de espaço para esta finalidade.

16. (FCC/TRE-RR - 2015) A respeito da propaganda eleitoral em geral, considere:

- I. A propaganda eleitoral pode ser feita a partir da escolha do candidato na convenção partidária.
- II. A propaganda em bens particulares independe de obtenção de licença municipal e de autorização do Juiz Eleitoral.
- III. A propaganda nos estádios de futebol pode ser feita através de cartazes, desde que não dificulte o trânsito de pessoas e não prejudique o espetáculo esportivo.

Está correto o que se afirma APENAS em

- a) I.
- b) II e III.
- c) I e II.
- d) II.
- e) I e III.

Comentários

O **item I** está incorreto, Existe um período específico no qual poderá ser veiculada propaganda eleitoral previsto no art. 36, da Lei das Eleições. Já o período destinado para a escolha de candidatos em convenção está previsto no art. 8 da LE. Veja abaixo os textos legais:

Art. 8º A escolha dos candidatos pelos partidos e a deliberação sobre coligações deverão ser feitas no período de **20 de julho a 5 de agosto** do ano em que se realizarem as eleições, lavrando-se a respectiva ata em livro aberto, rubricado pela Justiça Eleitoral, publicada em vinte e quatro horas em qualquer meio de comunicação.

Art. 36. A propaganda eleitoral somente é permitida **APÓS O DIA 15 DE AGOSTO** do ano da eleição.

O **item II** está correto, de acordo com o art. 37, § 2º da LE não há nenhuma exigência de autorização da justiça eleitoral ou de licença municipal. O art. 38 da LE afirma essa independência de autorização quanto a propaganda impressa.

§ 2º Não é permitida a veiculação de material de propaganda eleitoral em bens públicos ou particulares, exceto de: (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

I - bandeiras ao longo de vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos; (Incluído dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

II - adesivo plástico em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, desde que não exceda a 0,5 m² (meio metro quadrado).

O **item III** está incorreto, tendo em vista que estádios são considerados bens de uso comum nos quais a propaganda eleitoral é proibida. Vejamos o art. 37, caput, e § 4º.

Art. 37. **Nos bens** cujo uso dependa de cessão ou permissão do poder público, ou que a ele pertençam, e nos **de uso comum**, inclusive postes de iluminação pública e 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, fixação de placas, estandartes, faixas e assemelhados.

§ 4º **Bens de uso comum, para fins eleitorais, são** os assim definidos pela Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – 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.**

A **alternativa D** está correta e é o gabarito da questão.

17. (FCC/TRE-RS - 2010) A veiculação de propaganda eleitoral em bens particulares

- a) deve ser espontânea, mas não gratuita, podendo ser paga pelos partidos políticos, desde que incluída nas suas prestações de contas.
- b) é expressamente vedada por lei, por prejudicar a igualdade entre os candidatos.
- c) deve ser espontânea e gratuita, sendo vedado qualquer tipo de pagamento em troca de espaço para essa finalidade.
- d) deve ser espontânea, mas não gratuita, podendo ser paga pelos candidatos, desde que incluída nas suas prestações de contas.
- e) é permitida livremente, com ou sem pagamento, de forma espontânea ou provocada, em virtude do direito de propriedade.

Comentários

Para responder à questão, é necessário conhecer o art. 37, §8º, da LE:

§ 8º A veiculação de propaganda eleitoral em bens particulares deve ser **espontânea e gratuita**, sendo **vedado qualquer tipo de pagamento** em troca de espaço para esta finalidade.

Lembre-se do seguinte: **ESPONTÂNEA e GRATUITA e VEDADO QUALQUER PAGAMENTO!** Logo, a **alternativa C** é a correta e gabarito da questão.

18. (FCC/TRE-TO - 2011) É permitida a veiculação de propaganda eleitoral através de

- a) faixas afixadas em centros comerciais, templos e ginásios.
- b) faixas afixadas em muros, cercas e tapumes divisórios, desde que não lhe causa danos.
- c) cavaletes ao longo das vias públicas não são permitidos, ainda que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.

- d) faixas, estandartes ou assemelhados afixados em viadutos e passarelas.
- e) pinturas e inscrições em bens particulares, desde que com cobrança ou pagamento em troca de espaço para essa finalidade.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta, pois a propaganda eleitoral é vedada em centros comerciais, templos e ginásios, conforme se extrai do art. 37, §4º, da LE:

§ 4º Bens de uso comum, para fins eleitorais, são os assim definidos pela Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – 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.

A **alternativa B** está incorreta. A vedação à propaganda eleitoral em muros, cercas e tapumes divisórios, ainda que não cause danos, extrai-se do § subsequente:

§ 5º Nas árvores e nos jardins localizados em áreas públicas, bem como em **muros, cercas e tapumes divisórios**, não é permitida a colocação de propaganda eleitoral de qualquer natureza, **mesmo que não lhes cause dano**.

A **alternativa C** está correta e é o gabarito da questão. A utilização de cavaletes era permitida pelo §6º, do art. 37, da LE. Ele previa:

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

Com a nova redação do §6º, dada pela Lei nº 12.891/2013, a colocação de cavaletes é expressamente vedada pelo nosso ordenamento jurídico. Vejamos como ficou a nova redação do dispositivo:

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.

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.

Desse modo:

- **NÃO PODE:** cavalete, boneco, cartazes.

- **PODE:** mesas para distribuição de material e bandeiras em vias públicas.

A **alternativa D** está incorreta. Como vimos no art. 37 da LE, transrito acima, é vedada a propaganda política em viadutos e passarelas.

A **alternativa E** está incorreta. O §8º do art. 37 da LE veda qualquer tipo de pagamento para utilização de bens particulares na veiculação de propaganda eleitoral.

§ 8º A veiculação de propaganda eleitoral em bens particulares deve ser espontânea e gratuita, sendo vedado qualquer tipo de pagamento em troca de espaço para esta finalidade.

19. (FCC/TRE-SP - 2012) Pedro é radialista e titular de um programa numa emissora da cidade. Tendo sido escolhido candidato a Prefeito Municipal pela convenção de seu partido, adotou variação nominal coincidente com o nome do seu programa. Em tal situação, a partir de 1º de julho do ano da eleição, a emissora de rádio, em sua programação normal,

- poderá divulgar o nome do programa, porque não é o mesmo que o do candidato.
- poderá divulgar o nome do programa, porque já existia antes da convenção partidária.
- poderá divulgar o nome do programa, desde que não difunda opinião favorável ao candidato.
- só poderá divulgar o nome do programa se não for apresentado ou comentado pelo candidato.
- não poderá divulgar o nome do programa, por expressa vedação legal.

Comentários

A emissora de rádio, em sua programação normal, não poderá divulgar o nome do programa de candidato político, por expressa vedação legal. Vejamos o art. 45, inciso VI, da Lei nº 9.504/97.

Art. 45. Encerrado o prazo para a realização das convenções no ano das eleições, é vedado às emissoras de rádio e televisão, em sua programação normal e em seu noticiário: (...)

VI - 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 a variação nominal por ele adotada. Sendo o nome do programa o mesmo que o do candidato, fica proibida a sua divulgação, sob pena de cancelamento do respectivo registro.

Assim, a **alternativa E** está correta e é o gabarito da questão.

20. (FCC/TRE-PR - 2012) João é esportista e candidatou-se por seu partido ao cargo de Deputado Estadual. Dois meses antes das eleições, foi convidado para a inauguração de obra pública relevante para a sua atividade profissional. Consultou o advogado de seu partido que lhe respondeu que o comparecimento à inauguração de obras públicas nos três meses que antecedem as eleições é vedado

- somente a candidatos a eleições municipais.
- apenas a candidatos a cargos do Poder Executivo.
- somente a candidatos a cargos do Poder Legislativo.

- d) apenas a agentes públicos em campanha eleitoral para qualquer cargo eletivo.
- e) a qualquer candidato.

Comentários

O comparecimento à inauguração de obras públicas nos três meses que antecedem as eleições é vedado a qualquer candidato. Vejamos o art. 77, da Lei nº 9.504/77.

Art. 77. É proibido a **qualquer candidato** comparecer, nos 3 (três) meses que precedem o pleito, a inaugurações de obras públicas.

Parágrafo único. A inobservância do disposto neste artigo sujeita o infrator à cassação do registro ou do diploma.

Portanto, a **alternativa E** está correta e é o gabarito da questão.

21. (FCC/TRE-RO - 2013) Paulo alugou o muro do terreno de sua propriedade para um candidato veicular propaganda eleitoral; Pedro colocou faixa de propaganda eleitoral numa árvore; João colocou mesas móveis para distribuição de material de campanha ao longo da via pública, de forma a não dificultar o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos; José colocou uma faixa com propaganda eleitoral abaixo da tela do cinema de sua propriedade; Joaquim colocou cartazes com propaganda eleitoral no templo que frequenta. É permitida a propaganda eleitoral feita por

- a) Paulo, Pedro e Joaquim
- b) Paulo, apenas.
- c) Paulo e João.
- d) João, apenas.
- e) Pedro, José e Joaquim.

Comentários

A propaganda de Paulo é proibida, pois existe limitação de espaço, tendo em vista o § 2º, do art. 37 da LE. Além disso a propaganda veiculada em propriedade privada deve ser gratuita e espontânea, na forma do §8º do mesmo artigo;

§ 2º Não é permitida a veiculação de material de propaganda eleitoral em bens públicos ou particulares, exceto de: (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

I - bandeiras ao longo de vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos; (Incluído dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

II - adesivo plástico em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, desde que não exceda a 0,5 m² (meio metro quadrado).

§ 8º A veiculação de propaganda eleitoral em bens particulares deve ser **espontânea e gratuita**, sendo vedado qualquer tipo de pagamento em troca de espaço para esta finalidade.

A propaganda feita por Pedro é proibida, pois a colocação de propaganda eleitoral em árvores não é permitida. Vejamos o art. §5º.

§ 5º Nas **árvore**s e nos jardins localizados em **áreas públicas**, bem como em muros, cercas e tapumes divisórios, não é permitida a colocação de propaganda eleitoral de qualquer natureza, mesmo que não lhes cause dano.

As propagandas de José e Joaquim também são proibidas, de acordo com o §4º.

§ 4º Bens de uso comum, para fins eleitorais, são os assim definidos pela *Lei no 10.406, de 10 de janeiro de 2002* - 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.

Apenas a propaganda feita por João é permitida, tendo em vista o § 6º, do art. 37.

§ 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.

Dessa forma, a **alternativa D** está correta e é o gabarito da questão.

22. (FCC/TRE-RO - 2013) João, regularmente registrado como candidato a Prefeito Municipal, resolveu, sob sua responsabilidade e às suas expensas, editar e distribuir impressos com a sua plataforma eleitoral e pedido de votos. É INCORRETO afirmar que nesse tipo de propaganda eleitoral

- a) deve constar quem a contratou e a respectiva tiragem.
- b) é desnecessária a obtenção de prévia licença municipal.
- c) deve constar o número do CNPJ/MF do Partido Político ao qual João está filiado.
- d) é desnecessária a prévia autorização da Justiça Eleitoral.
- e) deve constar o número do CPF/MF do responsável pela confecção.

Comentários

A **alternativa A** está correta, com base no art. 38, §1º, da Lei nº 9.504/97.

§ 1º Todo material impresso de campanha eleitoral deverá conter o número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ ou o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas - CPF do responsável pela confecção, bem como **de quem a contratou, e a respectiva tiragem**.

A **alternativa B** está correta, segundo o art. 38, da LE.

Art. 38. **Independe da obtenção de licença municipal e de autorização da Justiça Eleitoral** a veiculação de propaganda eleitoral pela distribuição de folhetos, adesivos, volantes e outros impressos, os quais devem ser editados sob a responsabilidade do partido, coligação ou candidato.

A **alternativa C** está incorreta e é o gabarito da questão, pois não há a necessidade de constar o CNPJ/MF do Partido Político, e sim do contratante e do contratado.

A **alternativa D** está correta, pois, conforme citado acima, independe de autorização da Justiça Eleitoral.

A **alternativa E** está correta, de acordo com o §1º, do art. 38, mencionado acima.

23. (FCC/TRE-TO - 2011) A propaganda eleitoral

- a) através da utilização de trios elétricos é vedada para a sonorização de comícios.
- b) através da distribuição de material gráfico, caminhada, carreata, passeata ou carro de som que transite pela cidade divulgando jingles ou mensagens de candidatos é permitida até às 22 horas do dia que antecede a eleição.
- c) é absolutamente vedada no dia da eleição, não podendo o eleitor utilizar broches e adesivos.
- d) através de outdoors submete-se a prévio sorteio de local a ser feito pela Justiça Eleitoral.
- e) através da realização de showmício e de evento assemelhado para promoção de candidato, bem como a apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício ou reunião eleitoral é permitida até às 22 horas do dia que antecede a eleição.

Comentários

Essa questão exige o conhecimento do art. 39, da LE. Vamos analisar cada uma das alternativas:

A **alternativa A** está incorreta. O uso de trio elétrico é, em regra, vedado, a única hipótese permitida é para sonorizar comícios. Vejamos § 10º.

§ 10. Fica vedada a utilização de trios elétricos em campanhas eleitorais, **exceto para a sonorização de comícios**.

A **alternativa B** está correta e é o gabarito da questão, conforme prevê o §9º.

§ 9º Até as **vinte e duas horas do dia que antecede a eleição**, serão permitidos distribuição de material gráfico, caminhada, carreata, passeata ou carro de som que transite pela cidade divulgando jingles ou mensagens de candidatos.

A **alternativa C** está incorreta. Permite-se a manifestação individual silenciosa, podendo o eleitor utilizar broches e adesivos, nos termos do art. 39-A.

Art. 39-A. É **permitida**, no dia das eleições, a **manifestação individual e silenciosa da preferência do eleitor** por partido político, coligação ou candidato, revelada **EXCLUSIVAMENTE** pelo uso de **bandeiras, broches, dísticos e adesivos**.

A **alternativa D** está incorreta. De acordo com o §8º, a propaganda por meio de outdoors não só é vedada como há pagamento de multa pelo uso da propaganda irregular.

Art. 39. A realização de qualquer ato de propaganda partidária ou eleitoral, em recinto aberto ou fechado, não depende de licença da polícia.

§ 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 **alternativa E** está incorreta. São vedadas as propagandas eleitorais mediante showmício. É que dispõe o §7º:

§ 7º É **PROIBIDA** a **realização de showmício** e de evento assemelhado para promoção de candidatos, bem como a apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício e reunião eleitoral.

24. (FCC/Câmara Municipal de São Paulo - 2014) Julgue o item subsequente.

Considera-se propaganda eleitoral irregular a colocação de bandeiras móveis ao longo das vias públicas, sem dificultar o trânsito de pessoas e veículos.

Comentários

A assertiva está **incorreta**. O § 6º, do art. 37, da Lei das Eleições, justifica a exatidão da questão. Observe que a colocação de bandeiras móveis é permitida nas condições descritas.

§ 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.

25. (FCC/TRE-AP - 2015) Considere:

I. O partido Alpha colocou uma faixa com o nome de José, candidato à Prefeito Municipal, na porta de uma igreja, no horário do culto.

II. O partido Beta realizou o comício de encerramento da campanha de seus candidatos, com aparelhagem de sonorização fixa utilizada até as 4:00 horas da madrugada.

III. O partido Delta, no dia da eleição, promoveu carreata de apoio aos seus candidatos às eleições majoritárias.

IV. O partido Gama utilizou, no mês de setembro do ano da eleição, trio elétrico para a sonorização de um de seus comícios.

De acordo com a Lei no 9.094/97, é vedada a propaganda indicada APENAS em

- a) I e II.
- b) I, II e III.
- c) I e III.
- d) II, III e IV.
- e) III e IV.

Comentários

Vamos analisar cada um dos itens:

O item I está correto, uma vez que traz uma conduta vedada.

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. (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)

§ 4º Bens de uso comum, para fins eleitorais, são os assim definidos pela Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – 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.

O item II está correto, pois também aborda uma conduta vedada, prevista no art. 39, § 4º.

§ 4º A realização de comícios e a utilização de aparelhagens de sonorização fixas são permitidas no horário compreendido entre as 8 (oito) e as 24 (vinte e quatro) horas, com exceção do **comício de encerramento da campanha**, que poderá ser prorrogado por **MAIS 2 (DUAS) HORAS**.

O item III está correto e aborda uma conduta vedada no art. 39, §9º, da LE:

§ 9º **Até as vinte e duas horas do dia que antecede a eleição**, serão permitidos distribuição de material gráfico, caminhada, **carreata**, passeata ou carro de som que transite pela cidade divulgando jingles ou mensagens de candidatos.

O item IV está incorreto, em razão do art. 39, §10º, da LE. A utilização de trio elétrico em comícios não é proibida.

§ 10. Fica **VEDADA** a utilização de **trios elétricos** em campanhas eleitorais, **EXCETO** para a **sonorização de comícios**.

Assim, a **alternativa B** está correta e é o gabarito da questão.

26. (FCC/TRE-SE - 2015) Considere:

- I. Distribuição de camisetas.
 - II. Utilização de trios elétricos para sonorizar comícios.
 - III. Colocação de adesivo microperfurado no para-brisa de veículo, com as dimensões de 40 por 30 cm.
- A legislação eleitoral veda a propaganda eleitoral indicada APENAS em
- a) II e III.
 - b) II.
 - c) I.
 - d) I e II.
 - e) I e III.

Comentários

Vamos analisar cada um dos itens:

O **item I** aborda um caso de propaganda vedada. Vejamos o que dispõe o § 6º, do art. 39, da Lei das Eleições.

§ 6º É vedada na campanha eleitoral a 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.

O **item II** não traz uma hipótese de propaganda vedada. O uso de trio elétrico é, em regra, vedado, a única hipótese permitida é para sonorizar comícios. Vejamos o art. 39, § 10º, da LE:

§ 10. Fica vedada a utilização de trios elétricos em campanhas eleitorais, **exceto para a sonorização de comícios**.

O **item III** trata de propaganda regular, pois as dimensões do adesivo atendem aos limites legais. Quanto à utilização de adesivos, vejamos os §§ 3º e 4º, do art. 38, da LE:

§ 3º Os adesivos de que trata o caput deste artigo poderão ter a **DIMENSÃO MÁXIMA de 50 (cinquenta) centímetros por 40 (quarenta) centímetros**.

§ 4º É PROIBIDO colar propaganda eleitoral em veículos, **EXCETO** adesivos microperfurados até a **extensão total do para-brisa traseiro** e, em outras posições, adesivos até a dimensão máxima fixada no § 3º.

Portanto, a **alternativa C** está correta e é o gabarito da questão.

27. (FCC/Câmara Municipal de São - 2014) Quanto à propaganda eleitoral, julgue o item subsequente.

No dia da eleição, a propaganda de boca de urna é proibida e constitui crime, de acordo com a legislação em vigor.

Comentários

A assertiva está **correta**, tendo em vista o art. 39, § 5º, inciso II. Observe que convocar eleitor para realizar boca de urna é considerado crime.

Art. 39. A realização de qualquer ato de propaganda partidária ou eleitoral, em recinto aberto ou fechado, não depende de licença da polícia.

§ 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:

I - o uso de alto-falantes e amplificadores de som ou a promoção de comício ou carreata;

II - a arregimentação de eleitor ou a propaganda de boca de urna;

III - a divulgação de qualquer espécie de propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos.

IV - a publicação de novos conteúdos ou o impulsionamento 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. (Incluído dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

28. (FCC/TRE-SP - 2012) Considere, dentre outras, as seguintes formas de propaganda eleitoral:

I. Caminhada.

II. Fixação de outdoors com fotos de candidatos.

III. Distribuição pelos candidatos de cestas básicas.

IV. Distribuição por comitê de material gráfico.

Até as vinte e duas horas do dia que antecede a eleição serão vedadas as formas de propaganda indicadas SOMENTE em

a) I e III.

b) I e IV.

c) II e III.

d) II e IV.

e) III e IV.

Comentários

Para responder à questão, devemos conhecer o art. 39, da LE:

§ 9º Até as vinte e duas horas do dia que antecede a eleição, serão permitidos distribuição de material gráfico, caminhada, carreata, passeata ou carro de som que transite pela cidade divulgando jingles ou mensagens de candidatos.

Assim, permite-se até as 22h do dia que antecede as eleições:

- Distribuição de material gráfico;
- Caminhada, carreata, passeata ou carro de som.

Ademais, evidentemente que os **itens II e III estão incorretos**, uma vez que a utilização de *outdoors* foi vedada pelo nosso ordenamento e a distribuição de cestas básicas constitui crime e abuso de poder econômico nas eleições.

Logo, a **alternativa C** é a correta e gabarito da questão.

29. (FCC/TRE-SP - 2012) A respeito da propaganda eleitoral em geral, considere:

I. No dia das eleições, um grupo de cerca de cem pessoas, portando bandeiras, broches, dísticos e adesivos indicativos de preferência por determinado candidato, realizou uma passeata pelas principais avenidas da cidade.

II. No dia que antecede as eleições, o partido Alpha manteve carro de som, transitando pelas ruas da cidade até as vinte e duas horas, divulgando mensagem de seus candidatos.

III. Dois dias antes das eleições, o comitê do candidato do partido Beta realizou distribuição de canetas, camisetas e chaveiros com gravação de mensagem deste.

IV. No dia que antecede as eleições, durante o período da tarde, o partido Gama realizou carreata de encerramento da campanha pelas ruas da cidade.

São vedadas as condutas indicadas SOMENTE em

- a) I e IV.
- b) I e III.
- c) II e IV.
- d) II e III.
- e) II, III e IV.

Comentários

A **primeira** assertiva está **correta**, pois trata-se de conduta vedada. Vejamos o art. 39, §5º, da Lei nº 9.504/1997.

§ 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**:

I – o uso de **alto-falantes e amplificadores** de som ou a promoção de **comício** ou **carreata**;

II – a arregimentação de eleitor ou a propaganda de boca-de-urna;

III – a divulgação de qualquer espécie de propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos.

A **segunda** assertiva está **incorrecta**. O limite de horário estabelecido é até as 22 horas do dia que antecede as eleições. Ou seja, até as 22 horas do sábado, antes das eleições, candidatos e partidos políticos poderão distribuir material de propaganda eleitoral regularmente. Veja o art. 39, §9º, da Lei nº 9.504/1997:

§ 9º Até as vinte e duas horas do dia que antecede a eleição, serão **permitidos** distribuição de material gráfico, caminhada, carreata, passeata ou **carro de som que transite pela cidade divulgando jingles ou mensagens de candidatos.**

A **terceira** assertiva está **correta**. Conforme art. 39, §6º, da Lei nº 9.504/1997, é vedada a realização de distribuição de canetas, camisetas, chaveiros ou outros bens que possam proporcionar vantagem ao eleitor.

§ 6º É **vedada** na campanha eleitoral a 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.

A **quarta** assertiva está **incorrecta**. No dia que antecede as eleições, até as vinte e duas horas, serão permitidas carreatas e divulgações de cada candidato, tal como consta do art. 39, §5º, da Lei nº 9.504/1997 (acima citado).

Assim, a **alternativa B** está correta e é o gabarito da questão.

30. (FCC/AL-PE - 2014) A respeito da propaganda eleitoral no rádio e na televisão, considere:

I. É permitido ao partido político utilizar na propaganda eleitoral de seus candidatos em âmbito regional, inclusive no horário eleitoral gratuito, a imagem e a voz de candidato ou militante de partido político que integre a sua coligação em âmbito nacional.

II. A propaganda eleitoral paga só poderá ser feita fora do horário eleitoral gratuito, devendo os respectivos custos constarem da prestação de contas de cada partido.

III. Os cortes instantâneos ou a censura prévia nos programas eleitorais gratuitos só poderão ser feitos pela Justiça Eleitoral, quando houver denúncia de descumprimento da legislação pertinente.

Está correto o que se afirma APENAS em

- a) II.
- b) I.
- c) I e II.
- d) I e III.
- e) II e III.

Comentários

Vamos analisar cada um dos itens:

O **item I** está correto, com base no art. 45, §6º, da Lei nº 9.504/97.

§ 6º É **permitido** ao partido político utilizar na propaganda eleitoral de seus candidatos em âmbito regional, inclusive no horário eleitoral gratuito, a imagem e a voz de candidato ou militante de partido político que integre a sua coligação em âmbito nacional.

O **item II** está incorreto. É vedada a veiculação de propaganda paga. Vejamos o art. 44.

Art. 44. A propaganda eleitoral no rádio e na televisão restringe-se ao horário gratuito definido nesta Lei, **vedada** a veiculação de **propaganda paga**.

O **item III** está incorreto. De acordo com o art. 53, não serão permitidos cortes instantâneos e qualquer tipo de censura nos programas eleitorais gratuitos.

Art. 53. **Não serão admitidos cortes instantâneos** ou qualquer tipo de **censura prévia** nos programas eleitorais gratuitos.

Dessa forma, a **alternativa B** está correta e é o gabarito da questão.

31. (FCC/TJ-AL - 2015) A cedência pelas emissoras de rádio e televisão do horário eleitoral gratuito

- enseja o pagamento de compensação financeira às emissoras pelos partidos e coligações eleitorais, que deve ser declarada nas respectivas prestações de contas a serem apresentadas à Justiça Eleitoral.
- enseja o pagamento de compensação financeira às emissoras pelo Poder Público, mediante a expedição de precatórios de natureza específica, diferentemente do que ocorre com a propaganda partidária gratuita.
- enseja o pagamento de compensação financeira às emissoras pelo Poder Público, mediante a expedição de precatórios de natureza específica, igualmente ao que ocorre com a propaganda partidária gratuita.
- confere às emissoras direito à compensação fiscal a ser efetivada na apuração do Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica – IRPJ, inclusive da base de cálculo dos recolhimentos mensais previstos na legislação fiscal, e da base de cálculo do lucro presumido.
- não confere direito à compensação às emissoras, pois constitui restrição legal que decorre do regime de concessão pública a que estão submetidas.

Comentários

A cedência, ou seja, o ato de ceder horário eleitoral gratuito, confere às emissoras direito à compensação fiscal a ser efetivada na apuração do Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica – IRPJ, inclusive da base de cálculo dos recolhimentos mensais previstos na legislação fiscal, e da base de cálculo do lucro presumido. Vejamos o art. 99, III, da Lei nº 9.504/97.

Art. 99. **As emissoras de rádio e televisão terão direito a compensação fiscal pela cedência do horário gratuito** previsto nesta Lei.

III – o valor apurado na forma do inciso II poderá ser deduzido do lucro líquido para efeito de determinação do lucro real, **na apuração do Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ), inclusive da base de cálculo dos recolhimentos mensais previstos na legislação fiscal.**

Portanto, a **alternativa D** está correta e é o gabarito da questão.

32. (FCC/TRE-PB - 2015) A emissora de televisão Azul convidou o candidato a Vereador João para um debate com um grupo de outros três candidatos. Quinze dias depois, realizou outro debate com mais quatro candidatos e também com João, por ser o líder das pesquisas. A realização do segundo debate foi

- a) irregular, porque, nas eleições proporcionais, a lei exige a presença de, no mínimo, quatro candidatos por grupo.
- b) regular, pois a lei permite a divisão dos candidatos em grupos, desde que presentes pelo menos três candidatos.
- c) irregular, porque, na eleição proporcional, a lei exige a presença de todos os candidatos em cada debate.
- d) irregular, porque é vedada, na eleição proporcional, a presença do mesmo candidato em mais de um debate na mesma emissora.
- e) irregular, porque o intervalo entre um debate e outro, na mesma emissora, não pode ser inferior a trinta dias.

Comentários

Em relação aos debates nas eleições proporcionais, é necessário assegurar a presença de número equivalente de candidatos a todos os partidos e coligações a um mesmo cargo eletivo, sendo possível o desdobramento do debate em várias partes por vários dias.

Além disso, prevê o §2º, do art. 46, da LE, que não poderá um mesmo candidato participar de mais de um debate na mesma emissora.

§ 2º É vedada a presença de um mesmo candidato a eleição proporcional em mais de um debate da mesma emissora.

Portanto, a **alternativa D** é a correta e gabarito da questão.

33. (FCC/TRE-PB - 2015) A emissora que deixar de cumprir as disposições da Lei nº 9.504/1997 sobre a propaganda eleitoral

- a) terá a sua programação normal suspensa por quarenta e oito horas pela Justiça Eleitoral, independentemente de requerimento de partido, coligação ou candidato.
- b) estará sujeita à imposição de multa pela Justiça Eleitoral de R\$ 10.000,00 a R\$ 1.000.000,00, aplicada em dobro em caso de reincidência.

- c) poderá, a requerimento de partido, coligação ou candidato, ter a sua programação normal suspensa por vinte e quatro horas pela Justiça Eleitoral, sendo que a cada reiteração o tempo será duplicado.
- d) ficará fora do ar por prazo indeterminado, a critério da Justiça Eleitoral, tendo em conta o tipo de infração cometida.
- e) não sofrerá qualquer punição, mas os seus responsáveis serão processados criminalmente por crime eleitoral.

Comentários

A emissora também poderá ser punida se não cumprir as normas relativas à propaganda eleitoral que lhe dizem respeito.

É o que dispõe o art. 56, da LE:

Art. 56. A requerimento de partido, coligação ou candidato, a Justiça Eleitoral poderá determinar a suspensão, por vinte e quatro horas, da programação normal de emissora que deixar de cumprir as disposições desta Lei sobre propaganda.

Portanto, a **alternativa C** é a correta e gabarito da questão.

34. (FCC/TRE-PB - 2015) José contratou com o Jornal, de circulação diária de sua cidade, a publicação paga de anúncio da sua candidatura a Vereador com o tamanho de 1/7 de página de jornal padrão, desde o dia 10 de setembro até o dia da eleição, todos os dias, sem mencionar o valor pago pela inserção. Essa publicação está

- a) irregular, porque excede o número de 10 anúncios e não menciona o valor pago pela inserção.
- b) irregular, porque excede o número de 10 anúncios, sendo desnecessária a menção do valor pago pela inserção.
- c) irregular, porque não menciona o valor pago pela inserção, sendo irrelevante o número de anúncios a serem publicados.
- d) regular, posto que atende todas as exigências legais.
- e) irregular, porque é vedada por lei a propaganda paga.

Comentários

Em relação à propaganda eleitoral em jornal ou revista, de acordo com o art. 43, da LE, temos:

PROPAGANDA ELEITORAL EM JORNAL OU REVISTA

- é paga;
- até a antevéspera das eleições (sexta-feira);
- no máximo 10 anúncios por jornal ou revista;
- máximo de 1/8 da página se em jornal padrão e 1/4 se em revista;
- deve constar do anúncio o valor da propaganda.

Além disso, a propaganda eleitoral é possível após o dia 15 de agosto do ano eleitoral.

Desse modo, vamos identificar a enunciado e verificar se existem erros.

José contratou com o Jornal, de circulação diária de sua cidade, a publicação paga de anúncio da sua candidatura a Vereador com o tamanho de 1/7 de página de jornal padrão, desde o dia 10 de setembro até o dia da eleição, todos os dias, sem mencionar o valor pago pela inserção.

Portanto, a **alternativa A** é a correta e gabarito da questão.

35. (FCC/TRE-SE - 2015) A respeito da propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão, considere:

I. É facultada a inserção de depoimento de candidatos a eleições proporcionais no horário da propaganda das candidaturas majoritárias e vice-versa, registrados sob o mesmo partido ou coligação, desde que o depoimento consista exclusivamente em pedido de voto ao candidato que cedeu o tempo.

II. É permitida a utilização da propaganda de candidaturas proporcionais como propaganda de candidaturas majoritárias e vice-versa.

III. Nos programas de inserções de rádio e televisão destinados à propaganda eleitoral gratuita de cada partido ou coligação só poderão aparecer, em gravações internas e externas, caracteres com propostas, fotos, jingles, clipes com música ou vinhetas, inclusive de passagem, com indicação do número do candidato ou do partido, bem como seus apoiadores, que poderão dispor de até 50% do tempo de cada programa ou inserção, sendo vedadas montagens, trucagens, computação gráfica, desenhos animados e efeitos especiais.

Está correto o que se afirma APENAS em

- I e III.
- I e II.
- I.
- II e III.
- III.

Comentários

Nessa questão a banca cobrou diversos assuntos específicos referentes à propaganda no rádio e na televisão, disciplinados na Lei das Eleições a partir do art. 44.

O **item I** está correto. O §1º do art. 53-A, da Lei das Eleições, é claro em afirmar que o depoimento de candidatos no tempo destinado a outros candidatos é possível, desde que seja realizado para pedir votos a quem cedeu o tempo.

Exemplificando! *Se José, candidato a deputado federal, ceder seu tempo a Jorge, candidato a Presidente, para que este peça votos àquele, não haverá qualquer regularidade e se enquadrará na faculdade prevista no §1º, do art. 53-A.*

Vejamos:

§ 1º É **facultada** a inserção de **depoimento de candidatos a eleições proporcionais no horário da propaganda das candidaturas majoritárias e vice-versa**, registrados sob o mesmo partido ou coligação, desde que o depoimento consista exclusivamente em pedido de voto ao candidato que cedeu o tempo.

O **item II**, ao contrário, está incorreto, pois contraria frontalmente a vedação trazida no art. 53-A, §2º, da LE, vejamos:

§ 2º Fica vedada a utilização da propaganda de candidaturas proporcionais como propaganda de candidaturas majoritárias e vice-versa.

Sintetizando as informações referentes aos incs. I e II, temos:

REGRA

- Não é possível fazer propaganda das candidaturas majoritárias no tempo destinado às candidaturas proporcionais e vice-versa.

ADMITE-SE

- Exibição de cartazes ou imagens de outros candidatos e, inclusive, menção do nome e número de qualquer candidato do partido ou coligação.
- Que outro candidato venha ao programa pedir votos para candidato de seu partido ou coligação.

Por fim, o **item III** também está incorreto. O percentual destinado não poderá ser superior a 25%, conforme estabelece o art. 54, *caput*:

Art. 54. Nos programas e inserções de rádio e televisão destinados à propaganda eleitoral gratuita de cada partido ou coligação só poderão aparecer, em gravações internas e externas, observado o disposto no § 2º, 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 seus apoiadores, inclusive os candidatos de que trata o § 1º do art. 53-A, que poderão dispor de **até 25% (vinte e cinco por cento) do tempo** de cada programa ou inserção, sendo vedadas montagens, trucagens, computação gráfica, desenhos animados e efeitos especiais. (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)

A alternativa C está correta e é o gabarito da questão, pois é correto apenas o item I.

36. (FCC/TRE-SE - 2015) A respeito da propaganda eleitoral no rádio e na televisão, é correto afirmar:

- a) A censura prévia e os cortes instantâneos de propagandas eleitorais só podem ser feitos pelo Tribunal Regional Eleitoral.
- b) A partir de 30 de junho do ano da eleição, é vedado às emissoras transmitir programa comentado por pré-candidato.
- c) A censura prévia e os cortes instantâneos de propagandas eleitorais só podem ser feitos pelo Corregedor-Geral Eleitoral.
- d) A propaganda eleitoral fora do horário eleitoral gratuito restringe-se a dez inserções por partido.
- e) É permitida a presença de um mesmo candidato à eleição proporcional em mais de um debate da mesma emissora.

Comentários

Vejamos cada uma das alternativas:

A alternativa A e C estão incorretas, uma vez que é vedada qualquer forma de censura prévia, sem exceções. Vejamos:

Art. 53. NÃO serão admitidos cortes instantâneos ou qualquer tipo de censura prévia nos programas eleitorais gratuitos.

A alternativa B está correta e é o gabarito da questão, porque retrata a vedação constante do art. 45, §1º, da Lei das Eleições:

§ 1º A partir de 30 de junho do ano da eleição, é vedado, ainda, às emissoras transmitir programa apresentado ou comentado por pré-candidato, sob pena, no caso de sua escolha na convenção partidária, de imposição da multa prevista no § 2º e de cancelamento do registro da candidatura do beneficiário. (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)

A alternativa D está incorreta. A propaganda eleitoral no rádio e na televisão se restringe ao horário gratuito conforme afirma o art. 44 da LE:

Art. 44. A propaganda eleitoral no rádio e na televisão restringe-se ao horário gratuito definido nesta lei, vedada a veiculação de propaganda paga.

A alternativa E está incorreta, pois é vedada a participação de mesmo candidato a mais de um debate nas eleições proporcionais.

37. (FCC/TRE-AP - 2015) Peter é candidato a Vereador e pretende divulgar anúncios de propaganda eleitoral paga na imprensa escrita. Nesse caso, observadas as demais exigências legais, tais anúncios poderão ser divulgados

- a) sem constar o valor pago pela inserção.
- b) até o dia das eleições.
- c) até a véspera das eleições.
- d) em número não superior a cinco anúncios por dia no mesmo veículo.
- e) em número não superior a dez, por veículo, em datas diversas.

Comentários

A questão trata do assunto propaganda eleitoral e aborda as informações constantes no art. 43, da LE.

Art. 43. São permitidas, **até a antevéspera das eleições**, a **divulgação paga**, na **imprensa escrita**, e a reprodução **na Internet do jornal impresso**, de **ATÉ 10 (DEZ) ANÚNCIOS** de propaganda eleitoral, **por veículo**, em datas diversas, para cada candidato, no **espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide**.

Vejamos cada uma das alternativas:

A **alternativa A** está incorreta, pois deve constar o valor pago pela propaganda, conforme § 1º, do art. citado acima.

§ 1º Deverá **constar do anúncio**, de forma visível, o **valor pago pela inserção**.

As **alternativas B e C** estão incorretas, pois a propaganda em imprensa escrita deve ser feita até a **antevéspera das eleições**. Dessa forma, é proibida a propaganda em mídia impressa na véspera e no dia das eleições, conforme caput, do art. 43.

A **alternativa D** está incorreta, pois são permitidos até **10 anúncios por veículo em datas diversas** e não 05 por dia, como diz a alternativa.

A **alternativa E** está correta e é o gabarito da questão.

38. (FCC/TRE-AP - 2015) Tulius Junior é apresentador de televisão. O programa por ele apresentado tem o seu nome (“Programa Tulius Júnior”). Tulius Júnior resolveu candidatar-se a Deputado Federal. No dia 1º de setembro do ano da eleição, na programação normal da emissora, foi divulgado o nome do referido programa. Essa divulgação poderá

- a) implicar no cancelamento do registro da candidatura de Tulius Júnior.
- b) ser feita normalmente, desde que não haja pedido expresso de votos.
- c) implicar apenas na imposição de multa de R\$ 1.000,00 a R\$ 10.000,00 à emissora.
- d) ser feita normalmente, desde que não haja veiculação de propaganda eleitoral.
- e) implicar apenas na imposição de multa de R\$ 1.000,00 a R\$ 10.000,00 ao candidato.

Comentários

A questão requer o conhecimento do art. 45, da LE, mais especificamente do seu inciso VI. O caput, do art. 45, foi alterado pela Lei nº 13.165/2015, por isso citaremos a redação atualizada.

Art. 45. Encerrado o prazo para a realização das convenções no ano das eleições, é **VEDADO** às emissoras de rádio e televisão, em sua programação normal e em seu noticiário:

VI - **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 a variação nominal por ele adotada. Sendo o nome do programa o mesmo que o do candidato, fica proibida a sua divulgação, **sob pena de cancelamento do respectivo registro**.

Portanto, a **alternativa A** está correta e é o gabarito da questão.

39. (FCC/TRE-TO - 2011) A propaganda exercida nos termos da legislação eleitoral

- exige a prévia censura do teor dos programas a serem exibidos na televisão.
- poderá ser cerceada sob o fundamento de violação de postura municipal.
- submete-se plenamente ao poder de polícia, que não se restringe às providências necessárias para inibir práticas ilegais.
- não poderá ser objeto de multa fundada no exercício do poder de polícia.
- submete-se ao poder de polícia, que será exercido pela Polícia Federal e pelas Polícias Militares estaduais.

Comentários

Vejamos cada uma das alternativas:

A **alternativa A** está flagrantemente incorreta. Como vimos, é vedada qualquer censura prévia à propaganda eleitoral. É o que prevê o art. 53, da LE:

Art. 53. **Não** serão admitidos cortes instantâneos ou qualquer tipo de censura prévia nos programas eleitorais gratuitos.

A **alternativa B** está incorreta, dado o que prevê o *caput*, do art. 41, da LE:

Art. 41. A propaganda exercida nos termos da legislação eleitoral **não poderá** ser **objeto de multa nem cerceada** sob alegação do exercício do poder de polícia ou de **violação de postura municipal**, casos em que se deve proceder na forma prevista no art. 40.

Os códigos de postura municipal disciplinam regras de organização do município. Tais regras definem, inclusive, questões de disposição ambiental e urbanística da cidade. De todo modo, é expressa a LE em vedar a multa ou cerceamento à propaganda sob o argumento de violação a tal norma municipal.

A **alternativa C** está incorreta, vez que o §2º do art. 41 da LE afirma que o poder de polícia se restringe as providencias necessárias para inibir práticas ilegais.

§ 2º O poder de polícia se restringe às providências necessárias para inibir práticas ilegais, vedada a censura prévia sobre o teor dos programas a serem exibidos na televisão, no rádio ou na Internet.

A **alternativa D** está correta. Note que essa alternativa está de acordo com o caput do art. 41 da LE visto acima. Do exercício do poder de polícia, o juiz eleitoral poderá determinar a remoção de eventual propaganda ilícita (função administrativa). Contudo, a aplicação de multa dependerá de processo jurisdicional, desenvolvido em contraditório (função jurisdicional). Veja o teor da súmula 18 do TSE:

Súmula TSE nº 18

Con quanto investido de poder de polícia, **não tem legitimidade o juiz eleitoral para, de ofício, instaurar procedimento com a finalidade de impor multa pela veiculação de propaganda eleitoral em desacordo** com a Lei nº 9.504/97.

A **alternativa E** está incorreta. O poder de polícia será exercido pelo juiz eleitoral conforme determina o §1º do art. 41 da LE.

§ 1º O poder de polícia sobre a propaganda eleitoral será exercido pelos **juízes eleitorais e pelos juízes designados pelos tribunais regionais eleitorais**.

40. (FCC/TRE-SP - 2012) Para a transmissão de debates de candidatos a Governador do Estado por emissora de televisão, no primeiro turno das eleições, não foi obtido consenso quanto às regras a serem observadas. Nesse caso,

- as regras serão estabelecidas pelo Ministério Público Eleitoral.
- os debates não poderão ser realizados, nem transmitidos pela emissora de televisão.
- as regras serão estabelecidas pela direção da emissora de televisão, com prévia comunicação ao Tribunal Superior Eleitoral.
- as regras serão estabelecidas pelo Tribunal Regional Eleitoral.
- serão consideradas aprovadas as regras que obtiverem a concordância de pelo menos dois terços dos candidatos aptos ao referido pleito eleitoral.

Comentários

As regras relativas ao ajuste do debate eleitoral são fixadas pelo art. 46, da LE, nos §§ abaixo descritos:

§ 4º O debate será realizado 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.

§ 5º Para os debates que se realizarem no primeiro turno das eleições, serão consideradas aprovadas as regras, inclusive as que definirem o número de participantes, que obtiverem a 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.

Da leitura dos dispositivos, perceberemos que “para que os debates sejam realizados” é necessário o consenso de 2/3 dos candidatos em caso de eleições majoritárias ou 2/3 dos partidos em caso de eleições proporcionais.

Registre-se, inclusive, que a Justiça Eleitoral é comunicada das regras, não havendo participação direta do órgão eleitoral.

Logo, a **alternativa E** é a correta e gabarito da questão.

41. (FCC/TRE-SP - 2012) No que concerne à propaganda no horário eleitoral gratuito no rádio e na televisão, é correto afirmar que

- a tempo diário de cada partido, se houver segundo turno, será proporcional à votação obtida no primeiro turno.
- b) é permitida a utilização da propaganda de candidaturas proporcionais como propaganda de candidaturas majoritárias e vice-versa.
- c) é permitida, no segundo turno das eleições, nos programas eleitorais de cada partido, a participação de filiados a partidos que tenham formalizado apoio a outros candidatos.
- d) a Justiça Eleitoral fará corte instantâneo de programa eleitoral gratuito ofensivo à honra de candidato, à moral e aos bons costumes.
- e) é permitido ao partido político utilizar na propaganda eleitoral de seus candidatos, em âmbito regional, a imagem e a voz de candidato ou militante de partido político que integre a sua coligação em âmbito nacional.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. Com base no art. 49, §2º, da Lei nº 9.504/97, o tempo diário de propaganda para cada partido, se houver segundo turno, será dividido igualitariamente entre os candidatos.

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

A **alternativa B** está incorreta. É vedada a utilização da propaganda de candidaturas proporcionais como propaganda de candidaturas majoritárias e vice-versa, conforme art. 53-A, da LE.

Art. 53-A. É **vedado** aos partidos políticos e às coligações **incluir no horário destinado aos candidatos às eleições proporcionais propaganda das candidaturas a eleições majoritárias ou vice-versa**, ressalvada a utilização, durante a exibição do programa, de legendas com referência aos candidatos majoritários ou, ao fundo, de cartazes ou

fotografias desses candidatos, ficando autorizada a menção ao nome e ao número de qualquer candidato do partido ou da coligação.

A **alternativa C** está incorreta. De acordo com o art. 54, §1º, da Lei nº 9.504/97, não é permitida, no segundo turno das eleições, nos programas eleitorais de cada partido, a participação de filiados a partidos que tenham formalizado apoio a outros candidatos.

§ 1º No segundo turno das eleições **não será permitida**, nos programas de que trata este artigo, a participação de **filiados a partidos que tenham formalizado o apoio a outros candidatos**.

A **alternativa D** está incorreta. Não serão admitidos cortes instantâneos de programa eleitoral gratuito ofensivo à honra de candidato, à moral e aos bons costumes. Vejamos o art. 53, da Lei nº 9.504/97.

Art. 53. **Não serão admitidos cortes instantâneos** ou qualquer tipo de **censura prévia** nos programas eleitorais gratuitos.

A **alternativa E** está correta e é o gabarito da questão, pois reproduz o art. 45, §6º, da Lei nº 9.504/97.

§ 6º É permitido ao partido político utilizar na propaganda eleitoral de seus candidatos em âmbito regional, inclusive no horário eleitoral gratuito, a imagem e a voz de candidato ou militante de partido político que integre a sua coligação em âmbito nacional.

42. (FCC/TRE-PE - 2011) No que concerne à propaganda no horário eleitoral gratuito no rádio e na televisão, é correto afirmar que

- a) a Justiça Eleitoral fará corte instantâneo de programa eleitoral gratuito ofensivo à honra de candidato, à moral e aos bons costumes.
- b) é permitida a utilização da propaganda de candidaturas proporcionais como propaganda de candidaturas majoritárias e vice-versa.
- c) é permitida, no segundo turno das eleições, nos programas eleitorais de cada partido, a participação de filiados a partidos que tenham formalizado apoio a outros candidatos.
- d) é permitido ao partido político utilizar, na propaganda eleitoral de seus candidatos, em âmbito regional, a imagem e a voz de candidato ou militante de partido político que integre a sua coligação em âmbito nacional.
- e) a utilização de comercial ou propaganda realizada com a intenção de promover marca ou produto dependerá do prévio recolhimento aos cofres públicos de taxa fixada pela Justiça Eleitoral.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. De acordo com o art. 53, da Lei nº 9.504/97, não serão admitidos cortes instantâneos ou qualquer tipo de censura prévia nos programas eleitorais gratuitos.

A **alternativa B** está incorreta. Conforme o art. 53-A é vedado aos partidos políticos e às coligações incluir no horário destinado aos candidatos às eleições proporcionais propaganda das candidaturas a eleições majoritárias ou vice-versa.

A **alternativa C** está incorreta. Segundo o art. 54, §1º, no segundo turno das eleições não será permitida, nos programas eleitorais de cada partido, a participação de filiados a partidos que tenham formalizado o apoio a outros candidatos.

A **alternativa D** está correta e é o gabarito da questão, pois reproduz o art. 45.

§ 6º É permitido ao partido político utilizar na propaganda eleitoral de seus candidatos em âmbito regional, inclusive no horário eleitoral gratuito, a imagem e a voz de candidato ou militante de partido político que integre a sua coligação em âmbito nacional.

A **alternativa E** está incorreta. Com base no art. 44, §2º, no horário reservado para a propaganda eleitoral, não se permitirá a utilização de comercial ou de propaganda realizada com a intenção, ainda que disfarçada ou subliminar, de promover marca ou produto.

43. (FCC/TRE-PE - 2011) Observados os demais requisitos legais, até a antevéspera das eleições, é permitida a propaganda paga

- a) na imprensa escrita.
- b) no rádio.
- c) na televisão aberta.
- d) em canais de televisão por assinatura
- e) através de outdoors.

Comentários

De acordo com o art. 43, da Lei das Eleições, é permitida a propaganda paga na imprensa escrita.

Art. 43. São permitidas, até a antevéspera das eleições, a divulgação paga, na **imprensa escrita**, e a reprodução na Internet do jornal impresso, de ATÉ 10 (DEZ) ANÚNCIOS de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada candidato, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide.

Portanto, a **alternativa A** está correta e é o gabarito da questão.

44. (FCC/TRE-RO - 2013) A respeito da propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão, é permitida a

- a) proibição pela Justiça Eleitoral da reapresentação de propaganda ofensiva à honra de candidato, à moral e aos bons costumes.

- b) efetivação de cortes instantâneos pela Justiça Eleitoral de propagandas eleitorais ofensivas a outros candidatos.
- c) utilização da propaganda de candidaturas majoritárias como propaganda de candidaturas proporcionais.
- d) utilização da propaganda de candidaturas proporcionais como propaganda de candidaturas majoritárias.
- e) censura prévia dos programas eleitorais gratuitos pela Justiça Eleitoral para evitar ofensas a terceiros.

Comentários

A **alternativa A** está correta e é o gabarito da questão, pois é permitida a proibição de propaganda ofensiva. A alternativa ficou estranha se analisada com o enunciado, contudo, está correta. Vejamos o art. 53, § 1º, que veda a apresentação de propaganda ofensiva e diz que cabe à Justiça Eleitoral proibir sua reapresentação:

Art. 53. Não serão admitidos cortes instantâneos ou qualquer tipo de censura prévia nos programas eleitorais gratuitos.

§ 1º É vedada a veiculação de propaganda que possa degradar ou ridicularizar candidatos, sujeitando-se o partido ou coligação infratores à perda do direito à veiculação de propaganda no horário eleitoral gratuito do dia seguinte.

As **alternativas B e E** estão incorretas. De acordo com o art. 53, não serão admitidos cortes instantâneos ou qualquer tipo de censura prévia nos programas eleitorais gratuitos.

As **alternativas C e D** estão incorretas. Conforme o art. 53-A, é vedado aos partidos políticos e às coligações incluir, no horário destinado aos candidatos às eleições proporcionais, propaganda das candidaturas a eleições majoritárias ou vice-versa, ressalvada a utilização, durante a exibição do programa, de legendas com referência aos candidatos majoritários ou, ao fundo, de cartazes ou fotografias desses candidatos, ficando autorizada a menção ao nome e ao número de qualquer candidato do partido ou da coligação.

45. (FCC/TRE-RO - 2013) O partido Alpha, no segundo turno das eleições para Governador do Estado, formalizou apoio a candidato do Partido Beta, que disputa com o candidato do partido Delta. A participação de Josivaldo, filiado ao partido Alpha, no programa de rádio e televisão destinados à propaganda eleitoral gratuita do partido Delta

- a) é vedada, por ser filiado ao partido Alpha.
- b) só é vedada se tiver sido candidato no primeiro turno da eleição.
- c) é permitida, porque o partido ao qual é filiado não disputa o segundo turno das eleições.
- d) só é vedada se for dirigente o partido Alpha.
- e) é permitida, porque não tem obrigação de seguir a posição assumida pelo partido ao qual é filiado.

Comentários

A **alternativa A** está correta e é o gabarito da questão. A participação de Josivaldo, filiado ao partido Alpha, no programa de rádio e televisão destinados à propaganda eleitoral gratuita do partido Delta é vedada, por ser filiado ao partido Alpha.

De acordo com o art. 54, §1º, da Lei nº 9.504/97, no segundo turno das eleições não será permitida, nos programas de que trata este artigo, a participação de filiados a partidos que tenham formalizado o apoio a outros candidatos.

Art. 54. Nos programas e inserções de rádio e televisão destinados à propaganda eleitoral gratuita de cada partido ou coligação só poderão aparecer, em gravações internas e externas, observado o disposto no § 2º, 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 seus apoiadores, inclusive os candidatos de que trata o § 1º do art. 53-A, que poderão dispor de até 25% (vinte e cinco por cento) do tempo de cada programa ou inserção, sendo vedadas montagens, trucagens, computação gráfica, desenhos animados e efeitos especiais.

§ 1º No **segundo turno** das eleições **não será permitida**, nos programas de que trata este artigo, a participação de **filiados a partidos que tenham formalizado o apoio a outros candidatos**.

46. (FCC/AL-PE - 2014) O candidato atingido, de forma indireta, por afirmação injuriosa feita no horário eleitoral gratuito, poderá pedir o exercício do direito de resposta no prazo de

- a) quarenta e oito horas, contado da obtenção da gravação da ofensa junto à emissora de rádio ou televisão.
- b) quarenta e oito horas, contado a partir da veiculação da ofensa.
- c) vinte e quatro horas, contado a partir da veiculação da ofensa.
- d) vinte e quatro horas, contado da comunicação do fato ao Juiz Eleitoral.
- e) quarenta e oito horas, contado da comunicação do fato ao Juiz Eleitoral.

Comentários

De acordo com o art. 58, §1º, I, o ofendido poderá pedir o exercício do direito de resposta à Justiça Eleitoral, contando-se a partir da veiculação da ofensa, **vinte e quatro horas**, quando se tratar do horário eleitoral gratuito.

Art. 58. A partir da escolha de candidatos em convenção, é assegurado o direito de resposta a candidato, partido ou coligação atingidos, ainda que de forma indireta, por conceito, imagem ou afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa ou sabidamente inverídica, difundidos por qualquer veículo de comunicação social.

§ 1º O ofendido, ou seu representante legal, poderá pedir o exercício do direito de resposta à Justiça Eleitoral nos seguintes prazos, **contados a partir da veiculação da ofensa**:

I - **vinte e quatro horas, quando se tratar do horário eleitoral gratuito;**

II - quarenta e oito horas, quando se tratar da programação normal das emissoras de rádio e televisão;

III - setenta e duas horas, quando se tratar de órgão da imprensa escrita.

IV - a qualquer tempo, quando se tratar de conteúdo que esteja sendo divulgado na internet, ou em 72 (setenta e duas) horas, após a sua retirada.

Desse modo, a **alternativa C** está correta e é o gabarito da questão.

47. (FCC/Câmara Municipal de São Paulo-SP - 2014) A respeito da propaganda eleitoral da internet, considere:

- I. sítio do candidato, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País.
- II. mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação.
- III. matéria paga, com custo e respectivo pagamento devidamente lançados na prestação de contas do candidato, do partido ou da coligação.
- IV. 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.

É permitida a propaganda eleitoral veiculada pela internet, dentre outras, da forma indicada APENAS em

- a) I, II e IV.
- b) I, II e III
- c) III e IV.
- d) I, III e IV.
- e) II e III.

Comentários

Para responder à questão, devemos lembrar do art. 57-B, da LE:

Art. 57-B. A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas:

I – **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;

II – **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;

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

IV - por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas cujo conteúdo seja gerado ou editado por: (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

a) candidatos, partidos ou coligações; ou (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

- b) qualquer pessoa natural, desde que não contrate impulsionamento de conteúdos.
(Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

Assim:

- ↳ o **item I** corresponde ao inc. I.
- ↳ o **item II** corresponde ao inc. III.
- ↳ o **item IV** corresponde ao inc. IV.

O **item III** está incorreto, uma vez que é vedada a propaganda eleitoral de matéria paga, com custo e respectivo pagamento devidamente lançados na prestação de contas do candidato, do partido ou da coligação.

Portanto, a **alternativa A** está correta e é o gabarito da questão.

48. (FCC/TRE-RR - 2015) Um candidato a Deputado Estadual foi ofendido por afirmação difamatória em órgão da imprensa escrita. Nesse caso,

- a) deferido o pedido, a divulgação da resposta se dará, em regra, em 5 dias após a decisão.
- b) o ofendido poderá pedir o direito de resposta à Justiça Eleitoral no prazo, contado da veiculação da ofensa, de 72 horas
- c) deferido o pedido, a divulgação da resposta será feita em até o dobro do prazo entre veiculação da ofensa e a formulação do pedido de resposta.
- d) o ofendido poderá pedir o direito de resposta à Justiça Eleitoral no prazo, contado da veiculação da ofensa, de 48 horas.
- e) o ofendido poderá pedir o direito de resposta à Justiça Eleitoral no prazo, contado da veiculação da ofensa, de 24 horas.

Comentários

A **alternativa B** está correta e é o gabarito da questão.

De acordo com o art. 58, §1º, III, da Lei nº 9.504/97, o ofendido ou seu representante legal poderá pedir o exercício do direito de resposta à Justiça Eleitoral no prazo de 72 horas contados a partir da veiculação da ofensa quando se tratar de órgão da imprensa escrita.

Art. 58. A partir da escolha de candidatos em convenção, é assegurado o direito de resposta a candidato, partido ou coligação atingidos, ainda que de forma indireta, por conceito, imagem ou afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa ou sabidamente inverídica, difundidos por qualquer veículo de comunicação social.

§ 1º O **ofendido**, ou seu representante legal, **poderá pedir o exercício do direito de resposta à Justiça Eleitoral** nos seguintes prazos, contados a partir da veiculação da ofensa:

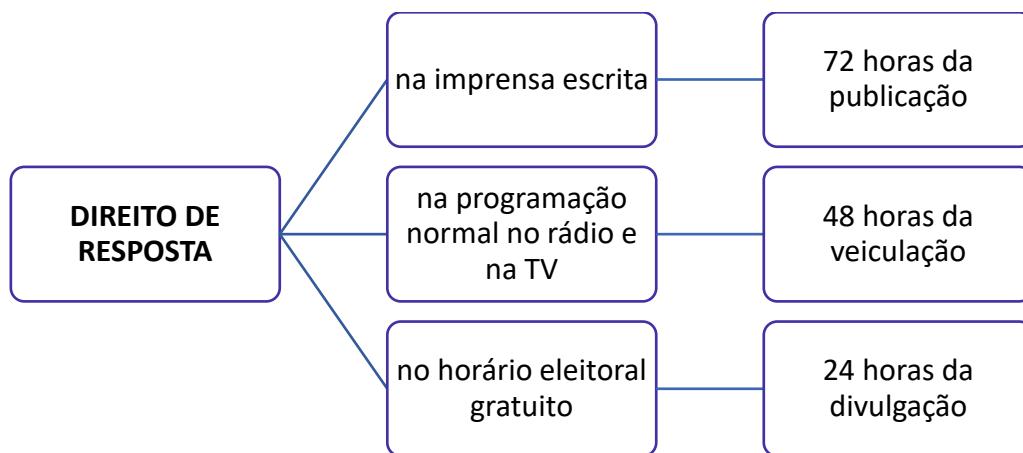
III - setenta e duas horas, quando se tratar de órgão da imprensa escrita.

49. (FCC/TRE-PB - 2015) Paulo, candidato escolhido em convenção para candidatar-se a Governador do Estado pelo partido Alpha, foi acusado, na programação normal de emissora de televisão, de remeter valores desviados dos cofres públicos para o exterior quando era prefeito municipal de uma cidade do interior. Paulo poderá pedir o exercício do direito de resposta à Justiça Eleitoral, no prazo, contado da veiculação da ofensa, de

- A) quinze dias.
- b) quarenta e oito horas.
- c) setenta e duas horas.
- d) cinco dias.
- e) dez dias.

Comentários

Quanto aos prazos no direito de resposta, previsto no art. 58 da LE, sintetizamos o seguinte esquema:



Portanto, por se tratar de programação normal da emissora, temos que a **alternativa B** é a correta e gabarito da questão.

50. (FCC/TRE-SE - 2015) A respeito da propaganda eleitoral na Internet, é INCORRETO afirmar que poderá ser realizada

- a) por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação.
- b) 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.
- c) 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.
- d) 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.

e) por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e assemelhados, cujo conteúdo seja gerado ou editado por candidatos, partidos ou coligações ou de iniciativa de qualquer pessoa natural.

Comentários

Para responder à questão, devemos lembrar do art. 57-B, da LE:

Art. 57-B. A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas:

I – 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;

II – 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;

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

IV - por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas cujo conteúdo seja gerado ou editado por: (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

a) candidatos, partidos ou coligações; ou (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

b) qualquer pessoa natural, desde que não contrate impulsionamento de conteúdos. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

Assim:

- ↳ a alternativa A corresponde ao inc. III.
- ↳ a alternativa B corresponde ao inc. I.
- ↳ a alternativa C corresponde ao inc. II.
- ↳ a alternativa E corresponde ao inc. IV.

Já a alternativa D traz uma das vedações contidas no §1º, do art. 57-C. Confiram:

§ 1º É **VEDADA**, ainda que gratuitamente, a veiculação de **propaganda eleitoral na internet**, em sítios:

I – de **pessoas jurídicas**, com ou sem fins lucrativos;

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

Portanto, a **alternativa D** está incorreta e é o gabarito da questão.

51. (FCC/TRE-SE - 2015) Cícero, candidato a Prefeito municipal, foi injuriado na propaganda eleitoral gratuita na televisão. Cícero poderá pedir o direito de resposta no prazo de

- a) 24 horas, sendo que, deferido o pedido, o ofendido usará para resposta, tempo igual ao da ofensa, nunca inferior, porém, a um minuto.
- b) 24 horas, sendo que, deferido o pedido, o ofendido usará para resposta, tempo igual ao dobro do da ofensa.
- c) 48 horas, sendo que, deferido o pedido, o ofendido usará para resposta, tempo igual ao dobro do da ofensa.
- d) 48 horas, sendo que, deferido o pedido, o ofendido usará para resposta, tempo igual ao da ofensa, nunca inferior, porém, a um minuto.
- e) 72 horas, sendo que, deferido o pedido, o ofendido usará para resposta, tempo igual ao da ofensa.

Comentários

A questão exige os prazos do art. 58, da LE.

§ 1º O ofendido, ou seu representante legal, poderá pedir o exercício do direito de resposta à Justiça Eleitoral nos seguintes prazos, contados a partir da veiculação da ofensa:

- I – **vinte e quatro horas**, quando se tratar do **horário eleitoral gratuito**;
- II – quarenta e oito horas, quando se tratar da programação normal das emissoras de rádio e televisão;
- III – setenta e duas horas, quando se tratar de órgão da imprensa escrita.
- IV - a qualquer tempo, quando se tratar de conteúdo que esteja sendo divulgado na internet, ou em 72 (setenta e duas) horas, após a sua retirada. (Incluído pela Lei nº 13.165, de 2015)

Como foi injuriado durante a propaganda eleitoral gratuita, Cícero terá Direito de Resposta em 24 horas após a divulgação.

Ainda, o direito de resposta será concedido por tempo igual ao da ofensa, nunca inferior a um minuto. Vejamos o § 3º, inciso III, a, do mesmo artigo:

§ 3º Observar-se-ão, ainda, as seguintes regras no caso de pedido de resposta relativo à ofensa veiculada:

- III – no horário eleitoral gratuito:
 - a) o ofendido usará, para a resposta, **tempo igual ao da ofensa, NUNCA INFERIOR, PORÉM, A UM MINUTO**;

Portanto, a **alternativa A** está correta e é o gabarito da questão.

52. (FCC/TRE-RO - 2013) Julgue o item que se segue.

A respeito da propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão, é vedada a proibição pela Justiça Eleitoral da reapresentação de propaganda ofensiva à honra de candidato, à moral e aos bons costumes.

Comentários

A assertiva está **incorreta**, pois a proibição pela Justiça Eleitoral é permitida. Vejamos o art. 53, §§ 1º e 2º da LE. Sendo vedada a apresentação de propaganda ofensiva, cabe à Justiça Eleitoral proibir sua reapresentação.

Art. 53. Não serão admitidos cortes instantâneos ou qualquer tipo de censura prévia nos programas eleitorais gratuitos.

§ 1º É vedada a veiculação de propaganda que possa degradar ou ridicularizar candidatos, sujeitando-se o partido ou coligação infratores à perda do direito à veiculação de propaganda no horário eleitoral gratuito do dia seguinte.

§ 2º Sem prejuízo do disposto no parágrafo anterior, a requerimento de partido, coligação ou candidato, a **Justiça Eleitoral impedirá a reapresentação de propaganda ofensiva à honra de candidato, à moral e aos bons costumes.**

53. (FCC/TRE-SP - 2012) O partido Beta, no horário eleitoral gratuito, fez, durante trinta segundos, afirmação difamatória contra o candidato a Governador do Estado pelo partido Delta. O candidato atingido pela afirmativa difamatória pediu o exercício do direito de resposta, que foi deferido pela Justiça Eleitoral. O tempo reservado ao partido responsável pela ofensa é de trinta segundos. A resposta será veiculada no horário destinado ao partido responsável pela ofensa, em até

- a) quarenta e oito horas após a decisão, durante um minuto, em dois tempos de trinta segundos.
- b) vinte e quatro horas após a decisão, durante trinta segundos.
- c) setenta e duas horas após a decisão, durante dois minutos, em quatro tempos de trinta segundos.
- d) quarenta e oito horas após a decisão, durante trinta segundos.
- e) vinte e quatro horas após a decisão, durante um minuto, em dois tempos de trinta segundos.

Comentários

Vejamos o art. 58, §3º, II, “c”, da Lei nº 9.504/97.

§ 3º Observar-se-ão, ainda, as seguintes regras no caso de pedido de resposta relativo a ofensa veiculada:

II - em programação normal das emissoras de rádio e de televisão:

c) deferido o pedido, a resposta será dada em **até quarenta e oito horas após a decisão, em tempo igual ao da ofensa**, porém nunca inferior a um minuto;

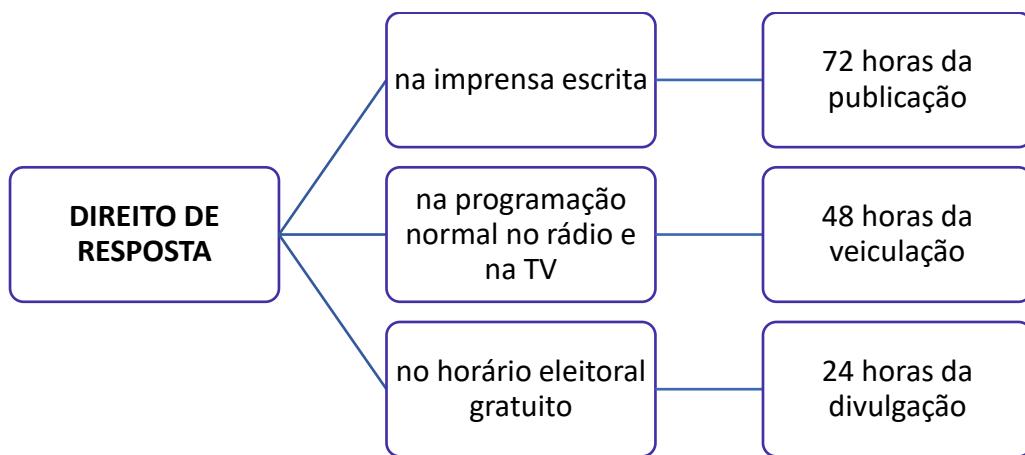
O gabarito inicial da questão foi a alternativa D. Contudo, a questão foi posteriormente **ANULADA** pela banca, pois o correto seria dizer que o direito de resposta deve ser concedido 24 horas após a veiculação em tempo igual ao da ofensa.

54. (FCC/TRE-PE - 2011) A partir da escolha de candidatos em convenção, é assegurado o direito de resposta a candidato, partido ou coligação atingidos, ainda que de forma indireta, por conceito, imagem ou afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa ou sabidamente inverídica, difundidos por qualquer veículo de comunicação social. O ofendido, ou seu representante legal, quando se tratar do horário eleitoral gratuito, da programação normal das emissoras de rádio e televisão, e de órgão da imprensa escrita, poderá pedir o exercício do direito de resposta à Justiça Eleitoral nos prazos de, contados da veiculação da ofensa, respectivamente,

- a) quarenta e oito horas, setenta e duas horas e vinte e quatro horas.
- b) setenta e duas horas, quarenta e oito horas e vinte e quatro horas.
- c) quarenta e oito horas, vinte e quatro horas e setenta e duas horas.
- d) vinte e quatro horas, setenta e duas horas e quarenta e oito horas.
- e) vinte e quatro horas, quarenta e oito horas e setenta e duas horas.

Comentários

Quanto aos prazos no direito de resposta, previsto no art. 58, §1º, da LE, sintetizamos o seguinte esquema:



Portanto, a **alternativa E** está correta e é o gabarito da questão.

55. (FCC/TRE-PE - 2011) A respeito do direito de resposta, considere:

- I. Se uma afirmação caluniosa for difundida na televisão, no horário eleitoral gratuito, em trinta segundos, deferido o pedido, o ofendido usará, para resposta, no máximo trinta segundos.
- II. O pedido de resposta relativo à ofensa veiculada em órgão da imprensa escrita, uma vez deferido, dar-se-á no mesmo veículo, espaço, local, página, tamanho, caracteres e outros elementos de realce usados na ofensa, em até quarenta e oito horas após a decisão, ou, tratando-se de veículo com periodicidade de circulação maior que quarenta e oito horas, na primeira vez em que circular.
- III. Se a ofensa for veiculada em propaganda eleitoral na internet, deferido o pedido, a resposta ficará disponível para acesso pelos usuários do serviço de internet pelo mesmo tempo em que esteve disponível a mensagem considerada ofensiva.

Está correto o que consta SOMENTE em

- a) I e II.
- b) II.
- c) I e III.
- d) II e III.
- e) III.

Comentários

Vamos analisar cada um dos itens:

O **item I** está incorreto. De acordo com o art. 58, III, “a”, da Lei nº 9.504/97, o tempo que o ofendido usará para resposta nunca será inferior a um minuto.

III - no horário eleitoral gratuito:

- a) o ofendido usará, para a resposta, tempo igual ao da ofensa, **nunca inferior**, porém, a **um minuto**;

O **item II** está correto, conforme prevê o art. 58, I, “b”.

I - em órgão da imprensa escrita:

- b) deferido o pedido, a divulgação da resposta dar-se-á no mesmo veículo, espaço, local, página, tamanho, caracteres e outros elementos de realce usados na ofensa, em até quarenta e oito horas após a decisão ou, tratando-se de veículo com periodicidade de circulação maior que quarenta e oito horas, na primeira vez em que circular;

O **item III** está incorreto. A resposta ficará disponível para acesso, pelos usuários do serviço de internet, por tempo não inferior ao dobro em que a mensagem considerada ofensiva esteve disponível. Vejamos o inciso IV, “b”.

IV - em propaganda eleitoral na internet:

- b) a resposta ficará disponível para acesso pelos usuários do serviço de internet por tempo **não inferior ao dobro em que esteve disponível a mensagem considerada ofensiva**;

Portanto, a **alternativa B** está correta e é o gabarito da questão.

56. (FCC/TRE-PR - 2017) Antenor, candidato a Deputado Estadual, reúne-se com seus assessores para decidir sobre a propaganda eleitoral que será utilizada para a divulgação de sua candidatura. A assessora Laura propõe: a utilização de espaço para veiculação de propaganda em bens particulares, mediante o pagamento de um salário mínimo a cada proprietário desses bens; a assessora Leda propõe a utilização de bandeiras móveis ao longo das vias públicas, sem dificultar o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos; a assessora Lídia propõe a utilização da Linguagem Brasileira de Sinais – LIBRAS ou o recurso de legenda, na propaganda eleitoral gratuita na televisão, atingindo, assim, também os eleitores com deficiência auditiva. Nesse quadro, a propaganda sugerida por Laura

- A) e também por Leda e por Lídia é facultada.
- b) é proibida, a sugerida por Leda é facultada e a sugerida por Lídia é obrigatória.
- c) é facultada, a sugerida por Leda é proibida e a sugerida por Lídia é obrigatória.
- d) é obrigatória, a sugerida por Leda é proibida e a sugerida por Lídia é facultada.
- e) e por Leda é proibida e a sugerida por Lídia é facultada.

Comentários

Vejamos cada uma das condutas.

A conduta de Laura é totalmente vedada. Não é possível pagar para que particulares façam propaganda em seus bens particulares. É o que temos no art. 37, §8º, da LE:

§ 8º A veiculação de propaganda eleitoral em bens particulares deve ser **espontânea e gratuita**, sendo **vedado qualquer tipo de pagamento** em troca de espaço para esta finalidade.

O ato de propaganda pretendido por Leda é admissível em vista do art. 38, §6º, da LE:

§ 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.

Por fim, a proposição de Lídia consta de obrigação determinada pela LE no art. 44, §1º, da LE:

§ 1º A propaganda eleitoral gratuita na televisão **deverá** utilizar a **Linguagem Brasileira de Sinais – LIBRAS ou o recurso de legenda**, que deverão constar obrigatoriamente do material entregue às emissoras.

Portanto, a **alternativa B** é a correta e gabarito da questão.

57. (FCC/TRE-PR - 2017) Adele, candidata a Deputada Estadual, com a intenção de realizar propaganda eleitoral, colou, dentro do período permitido por lei, um adesivo na extensão total do para-brisa traseiro de seu carro. Diante da situação, a conduta de Adele está

- a) de acordo com a legislação eleitoral, desde que o adesivo colado seja microperfurado.
- b) em desacordo com a legislação eleitoral, pois a propaganda em veículos por meio de adesivos é permitida apenas quando realizada em outras posições, até a dimensão máxima de 40 por 30 centímetros.
- c) em desacordo com a legislação eleitoral, pois a propaganda em veículos por meio de adesivos deve possuir a dimensão máxima de 50 por 40 centímetros, não podendo estender-se até o total do para-brisa traseiro.
- d) em desacordo com a legislação eleitoral, pois é proibida a realização de qualquer tipo de propaganda em veículos.

e) de acordo com a legislação eleitoral, porque não há nenhuma exigência ou proibição desse tipo de propaganda.

Comentários

A questão cobrou um parágrafo específico do art. 37, da Lei das Eleições. Vejamos o § 4º:

§ 4º É proibido colar propaganda eleitoral em veículos, exceto adesivos microperfurados até a extensão total do para-brisa traseiro e, em outras posições, adesivos até a dimensão máxima fixada no § 3º.

Assim, se o adesivo for microperfurado é possível colar até a extensão total do para-brisa.

Assim, a **alternativa A** está correta e é o gabarito da questão.

VUNESP

58. (VUNESP/MPE-RJ - 2022) A respeito do Direito de Resposta, assinale a alternativa correta.

A) Recebido o pedido, a Justiça Eleitoral notificará imediatamente o ofensor para que se defenda em setenta e duas horas, devendo a decisão ser prolatada no prazo máximo de trinta dias da data da formulação do pedido.

B) Da decisão sobre o exercício do direito de resposta cabe recurso às instâncias superiores, em quarenta e oito horas da data de sua publicação em cartório ou sessão.

C) Em se tratando de ofensa veiculada no horário eleitoral gratuito, o meio magnético com a resposta deverá ser entregue à emissora geradora, até trinta e seis horas após a ciência da decisão, para veiculação no programa subsequente do partido ou coligação em cujo horário se praticou a ofensa.

D) O ofendido poderá pedir o exercício do direito de resposta à Justiça Eleitoral em até vinte e quatro horas, contadas a partir do conhecimento da ofensa veiculada no horário eleitoral gratuito.

E) Em se tratando de ofensa veiculada em propaganda eleitoral na internet, a resposta ficará disponível para acesso pelos usuários do serviço de internet por tempo não inferior ao triplo em que esteve disponível a mensagem considerada ofensiva ao candidato.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. O prazo de defesa é de 24 horas e o de prolação da decisão é de 72 horas:

Lei n. 9.504/1997:

Art. 58. [...]

§ 2º Recebido o pedido, a Justiça Eleitoral notificará imediatamente o ofensor para que se defenda em vinte e quatro horas, devendo a decisão ser prolatada no prazo máximo de setenta e duas horas da data da formulação do pedido.

A **alternativa B** está incorreta. O prazo recursal é de 24 horas:

Art. 58. [...]

§ 5º Da decisão sobre o exercício do direito de resposta cabe recurso às instâncias superiores, em vinte e quatro horas da data de sua publicação em cartório ou sessão, assegurado ao recorrido oferecer contra-razões em igual prazo, a contar da sua notificação.

A **alternativa C** está correta e é o gabarito da questão. Esse procedimento está previsto no art. 58, § 3º, III, "e":

Art. 58. [...]

§ 3º Observar-se-ão, ainda, as seguintes regras no caso de pedido de resposta relativo a ofensa veiculada:

III - no horário eleitoral gratuito:

e) o meio magnético com a resposta deverá ser entregue à emissora geradora, até trinta e seis horas após a ciência da decisão, para veiculação no programa subsequente do partido ou coligação em cujo horário se praticou a ofensa;

A **alternativa D** está incorreta. O prazo é contado a partir da veiculação da ofensa:

Art. 58. [...]

§ 1º O ofendido, ou seu representante legal, poderá pedir o exercício do direito de resposta à Justiça Eleitoral nos seguintes prazos, contados a partir da veiculação da ofensa:

A **alternativa E** está incorreta. O tempo a ser disponibilizado para a resposta é o dobro, não o triplo:

Art. 58. [...]

§ 3º Observar-se-ão, ainda, as seguintes regras no caso de pedido de resposta relativo a ofensa veiculada:

IV - em propaganda eleitoral na internet: (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

b) a resposta ficará disponível para acesso pelos usuários do serviço de internet por tempo não inferior ao dobro em que esteve disponível a mensagem considerada ofensiva; (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

59. (VUNESP/TJ-MT - 2018) Configura propaganda eleitoral antecipada o seguinte ato, que não poderá 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, discussão de políticas públicas, planos de governo ou alianças partidárias visando às eleições, podendo tais atividades ser divulgadas pelos instrumentos de comunicação intrapartidária.
- c) 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.
- d) a realização de atividade por partidos políticos e candidatos que envolva pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos.
- e) 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.

Comentários

A questão cobra do candidato o conhecimento do art. 36-A da Lei n. 9504/97. Vejamos:

Art. 36-A. 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:

I - 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;

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

III - 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;

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

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

VI - 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.

VII - campanha de arrecadação prévia de recursos na modalidade prevista no inciso IV do § 4º do art. 23 desta Lei.

Logo:

A **alternativa A** está incorreta (art. 36-A, I).

A **alternativa B** está incorreta (art. 36-A, II).

A **alternativa C** está incorreta (art. 36-A, VI).

A **alternativa D** está correta e é o gabarito da questão (art. 36-A, *caput*). Há aqui propaganda eleitoral antecipada, justamente, porque há pedido explícito de votos.

E a **alternativa E** está incorreta (art. 36-A, III).

60. (VUNESP/TJ-MT - 2018) Assinale a alternativa correta sobre a Justiça Eleitoral.

- a) É dispensável o esgotamento das instâncias ordinárias para a interposição de recurso especial eleitoral.
- b) Conquanto investido de poder de polícia, não tem legitimidade o juiz eleitoral para, de ofício, instaurar procedimento com a finalidade de impor multa pela veiculação de propaganda eleitoral em desacordo com a Lei.
- c) Se conhece de recurso especial eleitoral por dissídio jurisprudencial, mesmo que a decisão recorrida esteja em conformidade com a jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral.
- d) Nas ações que visem à cassação de registro, diploma ou mandato, não cabe litisconsórcio passivo necessário entre o titular e o respectivo vice da chapa majoritária.
- e) Nos processos de registro de candidatura, o Juiz Eleitoral não pode conhecer de ofício da existência de causas de inelegibilidade ou da ausência de condição de elegibilidade, mesmo que resguardados o contraditório e a ampla defesa.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. De acordo com o enunciado n. 25 da súmula do TSE, esse esgotamento é indispensável. Vejamos:

Súmula-TSE n. 25: “É indispensável o esgotamento das instâncias ordinárias para a interposição de recurso especial eleitoral”.

A **alternativa B** está correta e é o gabarito da questão. De acordo com o enunciado n. 18 da súmula do TSE:

Súmula-TSE n. 18: “Conquanto investido de poder de polícia, não tem legitimidade o juiz eleitoral para, de ofício, instaurar procedimento com a finalidade de impor multa pela veiculação de propaganda eleitoral em desacordo com a Lei nº 9.504/97”.

A **alternativa C** está incorreta. De acordo com o enunciado n. 30 da súmula do TSE, não se conhece desse tipo de recurso. Confira:

Súmula-TSE n. 30: Não se conhece de recurso especial eleitoral por dissídio jurisprudencial, quando a decisão recorrida estiver em conformidade com a jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral.

A **alternativa D** está incorreta. De acordo com o enunciado n. 38 da súmula do TSE, nesses casos, haverá litisconsórcio passivo necessário entre o titular e o respectivo vice da chapa majoritária:

Súmula-TSE n. 38: Nas ações que visem à cassação de registro, diploma ou mandato, há **litisconsórcio passivo necessário** entre o titular e o respectivo vice da chapa majoritária.

E a **alternativa E**, por fim, também está incorreta. De acordo com o enunciado n. 45 da súmula do TSE:

Súmula-TSE n. 45: Nos processos de registro de candidatura, o Juiz Eleitoral pode conhecer de ofício da existência de causas de inelegibilidade ou da ausência de condição de elegibilidade, desde que resguardados o contraditório e a ampla defesa.

61. (VUNESP/MP-SP - 2018) Na legislatura imediatamente seguinte às eleições de 2018, terão acesso aos recursos do fundo partidário e à propaganda gratuita no rádio e na televisão os partidos políticos que obtiverem nas eleições para a Câmara dos Deputados,

- no mínimo, 1,5% (um e meio por cento) dos votos válidos, distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação, com um mínimo de 1% (um por cento) dos votos válidos em cada uma delas ou tiverem elegido pelo menos nove deputados federais distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação.
- no mínimo, 2% (dois por cento) dos votos válidos, distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação, com um mínimo de 1% (um por cento) dos votos válidos em cada uma delas ou tiverem elegido pelo menos onze deputados federais distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação.
- no mínimo, 3% (três por cento) dos votos válidos, distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação, com um mínimo de 2% (dois por cento) dos votos válidos em cada uma delas ou tiverem elegido pelo menos quinze deputados federais distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação.
- no mínimo, 3% (três por cento) dos votos válidos, distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação, com um mínimo de 2% (dois por cento) dos votos válidos em cada uma delas e tiverem elegido pelo menos quinze deputados federais distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação.
- no mínimo, 2,5% (dois e meio por cento) dos votos válidos, distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação, com um mínimo de 1,5% (um e meio por cento) dos votos válidos em cada uma delas ou tiverem elegido pelo menos treze deputados federais distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação.

Comentários

A questão é bem direta e cobra do candidato o conteúdo das regras de transição da EC n. 97/17. Segundo o que é perguntado no enunciado, o examinador não quer saber a nova redação do art. 17, § 3º, incisos I e II,

da CRFB, que só será aplicada a partir de 2030. O que ele quer saber é a regra a ser aplicada “[n]a legislatura imediatamente seguinte às eleições de 2018”. Conforme o art. 3º, parágrafo único, da Emenda, terão acesso aos recursos do fundo partidário e à propaganda gratuita no rádio e na televisão os partidos políticos que: I - na legislatura seguinte às eleições de 2018: a) obtiverem, nas eleições para a Câmara dos Deputados, no mínimo, 1,5% (um e meio por cento) dos votos válidos, distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação, com um mínimo de 1% (um por cento) dos votos válidos em cada uma delas; ou b) tiverem elegido pelo menos nove Deputados Federais distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação;

É por isso que o gabarito é mesmo a **alternativa A.**

Sintetizando:

Terão acesso aos recursos do fundo partidário e à propaganda gratuita no rádio e na televisão os partidos políticos que:

| Na legislatura seguinte às eleições de 2018 | Na legislatura seguinte às eleições de 2022 | Na legislatura seguinte às eleições de 2026 | Na legislatura seguinte às eleições de 2030 |
|---|--|--|--|
| a) obtiverem, nas eleições para a Câmara dos Deputados, no mínimo, <u>1,5%</u> (um e meio por cento) dos votos válidos, distribuídos em pelo menos <u>um terço</u> das unidades da Federação, com um mínimo de <u>1%</u> (um por cento) dos votos válidos em cada uma delas; OU | a) obtiverem, nas eleições para a Câmara dos Deputados, no mínimo, <u>2%</u> (dois por cento) dos votos válidos, distribuídos em pelo menos <u>um terço</u> das unidades da Federação, com um mínimo de <u>1%</u> (um por cento) dos votos válidos em cada uma delas; OU | a) obtiverem, nas eleições para a Câmara dos Deputados, no mínimo, <u>2,5%</u> (dois e meio por cento) dos votos válidos, distribuídos em pelo menos <u>um terço</u> das unidades da Federação, com um mínimo de <u>1,5%</u> (um e meio por cento) dos votos válidos em cada uma delas; OU | a) obtiverem, nas eleições para a Câmara dos Deputados, no mínimo, <u>3%</u> (três por cento) dos votos válidos, distribuídos em pelo menos <u>um terço</u> das unidades da Federação, com um mínimo de <u>2%</u> (dois por cento) dos votos válidos em cada uma delas; OU |
| b) tiverem elegido pelo menos <u>nove</u> Deputados Federais distribuídos em pelo menos <u>um terço</u> das unidades da Federação; | b) tiverem elegido pelo menos <u>onze</u> Deputados Federais distribuídos em pelo menos <u>um terço</u> das unidades da Federação; | b) tiverem elegido pelo menos <u>treze</u> Deputados Federais distribuídos em pelo menos <u>um terço</u> das unidades da Federação | b) tiverem elegido pelo menos <u>quinze</u> Deputados Federais distribuídos em pelo menos <u>um terço</u> das unidades da Federação |

Destacando apenas as diferenças:

Terão acesso aos recursos do fundo partidário e à propaganda gratuita no rádio e na televisão os partidos políticos que:

| | | | |
|-----------------------------|------|------|----|
| A partir de 2018 e até 2022 | 1,5% | 1% | 9 |
| A partir de 2022 e até 2026 | 2% | 1% | 11 |
| A partir de 2026 e até 2030 | 2,5% | 1,5% | 13 |
| A partir de 2030 | 3% | 2% | 15 |

62. (VUNESP/MP-SP - 2018) Quanto às permissões e vedações no dia da eleição, assinale a alternativa correta.

- A) É permitida, quanto à propaganda eleitoral, a publicação de novos conteúdos ou o impulsionamento de conteúdos nas aplicações de internet.
- b) É vedada a manifestação individual mesmo que silenciosa da preferência do eleitor por partido político, coligação ou candidato.
- c) É permitida a divulgação, a qualquer momento, das pesquisas eleitorais realizadas, inclusive, na data da eleição, durante o horário de votação.
- d) É vedado o funcionamento do comércio, mesmo que os estabelecimentos que funcionarem neste dia proporcionem efetivas condições para que seus funcionários possam exercer o direito e o dever do voto.
- e) Candidatos e partidos têm até o dia da eleição para arrecadarem recursos e contraírem obrigações, ressalvada a hipótese de arrecadação com o fim exclusivo de quitação de despesas já contraídas e não pagas até essa data.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. Ao contrário do afirmado, constitui crime no dia da eleição a publicação de novos conteúdos ou o impulsionamento de conteúdos nas aplicações de internet (art. 39, § 5º, IV, da Lei n. 9.504/97). Confiram:

§ 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 impulsionamento 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.

A **alternativa B** está incorreta, também. Conforme o art. 39-A da Lei das Eleições, é permitida, no dia das eleições, a manifestação individual e silenciosa da preferência do eleitor por partido político, coligação ou candidato, revelada exclusivamente pelo uso de bandeiras, broches, dísticos e adesivos.

A **alternativa C**, do mesmo modo, está incorreta. Segundo o art. 12, da Resolução-TSE n. 23.600/19, veja o texto legal:

Art. 12. A divulgação de levantamento de intenção de voto efetivado no dia das eleições somente poderá ocorrer:

I - na eleição para a Presidência da República, após o horário previsto para encerramento da votação em todo o território nacional;

II - nos demais casos, a partir das 17 (dezessete) horas do horário local.

Logo, não há que se falar em divulgação de pesquisas eleitorais durante o horário de votação.

A **alternativa D**, também, está incorreta. De acordo com a Resolução-TSE n. 22.963/08, o dia da eleição será considerado feriado, contudo, poderá o comércio abrir suas portas, desde que:

1) sejam obedecidas todas as normas constantes de convenção coletiva ou de legislação trabalhista, ou, ainda, de legislação local, sobre remuneração e horário de trabalho em datas de feriado;

2) sejam criadas, pelo empregador, todas as condições necessárias para que seus funcionários possam, sem empecilhos, comparecer às respectivas zonas eleitorais.

E a **alternativa E**, por fim, está correta e é o gabarito da questão. De fato, candidatos e partidos têm até o dia da eleição para arrecadarem recursos e contraírem obrigações, ressalvada a hipótese de arrecadação com o fim exclusivo de quitação de despesas já contraídas e não pagas até essa data. Isso, de acordo com o art. 33, § 1º, da Resolução-TSE n. 23.607/19. Confiram:

Art. 33. Partidos políticos e candidatos podem arrecadar recursos e contrair obrigações até o dia da eleição.

§ 1º Após o prazo fixado no caput, é permitida a arrecadação de recursos exclusivamente para a quitação de despesas já contraídas e não pagas até o dia da eleição, as quais deverão estar integralmente quitadas até o prazo de entrega da prestação de contas à Justiça Eleitoral.

63. (VUNESP/TJSP - 2018) Relativamente ao direito de resposta no curso do processo eleitoral, assinale a alternativa correta.

- Tratando-se de propaganda eleitoral na internet, a resposta ficará disponível para acesso pelos usuários por tempo igual àquele em que esteve disponível a mensagem considerada ofensiva.
- Se a ofensa ocorrer em dia e hora que inviabilizem sua reparação dentro do prazo legal, a resposta será divulgada ainda que nas 48 (quarenta e oito) horas anteriores ao pleito, de modo a não ensejar tréplica.
- Tratando-se de ofensa veiculada no horário eleitoral gratuito, se o candidato ofendido usar o tempo concedido sem que se dê resposta aos fatos veiculados na ofensa, a sanção consiste na imposição de multa.
- Se a ofensa for veiculada no horário eleitoral gratuito, o ofendido usará, para a resposta, tempo igual ao da ofensa, nunca superior a 1 (um) minuto.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta, pois o art. 58, § 3º, IV, b, da Lei nº 9.504/97, prevê que a resposta ficará disponível por tempo não inferior ao dobro da mensagem ofensiva.

§ 3º Observar-se-ão, ainda, as seguintes regras no caso de pedido de resposta relativo a ofensa veiculada:

IV - em propaganda eleitoral na internet:

b) a resposta ficará disponível para acesso pelos usuários do serviço de internet **por tempo não inferior ao dobro em que esteve disponível a mensagem considerada ofensiva**;

A **alternativa B** está correta e é o gabarito da questão, conforme art. 58, § 4º da LE:

§ 4º **Se a ofensa ocorrer em dia e hora que inviabilizem sua reparação** dentro dos prazos estabelecidos nos parágrafos anteriores, a resposta será divulgada nos horários que a Justiça Eleitoral determinar, ainda que nas quarenta e oito horas anteriores ao pleito, em termos e forma previamente aprovados, de modo a não ensejar tréplica.

A **alternativa C** está incorreta, com base no art. 58, § 3º, III, f da LE:

f) se o ofendido for candidato, partido ou coligação que tenha usado o tempo concedido sem responder aos fatos veiculados na ofensa, **terá subtraído tempo idêntico do respectivo programa eleitoral**; tratando-se de terceiros, ficarão sujeitos à suspensão de igual tempo em eventuais novos pedidos de resposta e à multa no valor de duas mil a cinco mil UFIR.

A **alternativa D** está incorreta, pois o tempo não poderá ser inferior a um minuto. Vejamos o art. 58, § 3º III a da LE:

III - no horário eleitoral gratuito:

a) o ofendido usará, para a resposta, tempo igual ao da ofensa, **nunca inferior**, porém, a um minuto;

64. (VUNESP/TJSP - 2018) Sobre a propaganda eleitoral, assinale a alternativa correta.

a) Bens de uso comum, para fins de propaganda eleitoral, são aqueles definidos como tal pela lei civil e aos quais a população em geral tem acesso gratuito.

b) Até o dia das eleições, é facultado às emissoras de rádio e televisão transmitir imagens de consulta popular de natureza eleitoral, inclusive daquelas em que seja possível identificar o entrevistado.

c) É vedado incluir no horário da propaganda de candidaturas proporcionais a propaganda de candidaturas majoritárias, e vice-versa.

d) Nos bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do poder público, ou que a ele pertençam, é admitida a veiculação de propaganda de cavaletes e bonecos, desde que não haja prejuízo à circulação.

Comentários

Vejamos cada uma das alternativas.

A **alternativa A** está incorreta, pois não se fala em acesso gratuito. De acordo com o art. 37, §4º, da Lei das Eleições, para fins eleitorais define-se bens comuns são:

- aqueles definidos enquanto tais pelo Código Civil (arts. 98 a 103); e
- bens a que tem acesso a popular em geral, a exemplo de cinemas, clubes, lojas centros comerciais, templos, ginásio, estádios.

A **alternativa B** está incorreta, pois é vedado, desde o encerramento do prazo para realização das convenções, até o término do processo eleitoral, 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, conforme prevê o art. 45, I, da Lei das Eleições.

A **alternativa C** está correta e é o gabarito da questão, conforme prevê o art. 53-A, da Lei das Eleições:

Art. 53-A. É vedado aos partidos políticos e às coligações incluir no horário destinado aos candidatos às eleições proporcionais propaganda das candidaturas a eleições majoritárias ou vice-versa, ressalvada a utilização, durante a exibição do programa, de legendas com referência aos candidatos majoritários ou, ao fundo, de cartazes ou fotografias desses candidatos, ficando autorizada a menção ao nome e ao número de qualquer candidato do partido ou da coligação. (Redação dada pela Lei nº 12.891, de 2013)

A **alternativa D** está incorreta. Ao contrário do afirmado, o art. 37 da Lei das Eleições veda a utilização de cavaletes e bonecos. Confira:

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 trâfego, 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**.** (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)

65. (VUNESP/TJRS - 2018) Acerca do uso da internet em campanhas eleitorais, disciplinado por modificações introduzidas na Lei Federal no 9.504/97, é correto afirmar que

- a) o candidato poderá divulgar sua candidatura em sítios de pessoas jurídicas sem fins lucrativos, desde que o espaço seja fornecido gratuitamente.
- b) nenhuma pessoa jurídica de direito privado, com fins lucrativos, poderá doar ou ceder o cadastro eletrônico de seus clientes em favor de candidatos, partidos ou coligações.
- c) o poder de polícia da Justiça Eleitoral se restringe às providências necessárias para inibir práticas ilegais, sendo, portanto, possível a censura prévia sobre o teor dos programas a serem exibidos na internet.

d) a propaganda eleitoral na internet é permitida quando se tratar, por exemplo, de menções em redes sociais, cujo conteúdo seja gerado por candidatos, partidos, coligações ou qualquer pessoa natural, sem contratação de impulsionamento de conteúdos.

e) a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos e a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais, configuram propaganda eleitoral antecipada.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. Ao contrário do que afirma a alternativa, é vedada, ainda que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral na internet, em sítios de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos (art. 57-C, § 1º, I, da Lei nº 9.504).

A **alternativa B** está incorreta. Primeiramente devemos saber que o art. 57-E, §1º, veda a venda de cadastros de endereços eletrônicos. Quanto a utilização, doação ou cessão de cadastro eletrônico é vedada apenas às pessoas do art. 24 da Lei das Eleições.

O art. 24, IV, da Lei das Eleições, por sua vez, prevê vedação para doações provenientes de entidades de direito privado que receba, na condição de beneficiária, contribuição compulsória. Logo, pessoa jurídica que não se adeque a essas questões poderá ceder cadastro eletrônico.

Logo peca a questão pela generalização que faz.

CADASTROS ELETRÔNICOS - NÃO PODEM SER FORNECIDOS POR

- entidade ou governo estrangeiro
- órgão da Administração Pública
- concessionário ou permissionário de serviço público
- entidade de direito privado beneficiária de contribuição compulsória
- entidade de utilidade pública
- entidade de classe ou sindical
- pessoa jurídica sem fins lucrativos que receba recursos do exterior
- entidades benéficas e religiosas
- entidades esportivas
- organizações não governamentais que recebam recursos públicos
- organizações da sociedade civil de interesse público

A **alternativa C** está incorreta. É vedada a censura prévia sobre o teor dos programas a serem exibidos na televisão, no rádio ou na internet, por força do art. 41, § 2º, da Lei nº 9.504.

A **alternativa D** está correta, foi dada como gabarito da questão, embora muito mal redigida.

Pela leitura da alternativa, concluímos que a vedação de impulsionamentos aplica-se às pessoas naturais como às pessoas jurídicas. Contudo, partidos e coligações poderão impulsionar seus conteúdos nas redes sociais.

Confira:

Art. 57-B. A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas:

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

- a) candidatos, partidos ou coligações; ou
- b) qualquer pessoa natural, desde que não contrate impulsionamento de conteúdos.

A **alternativa E** está incorreta. 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 a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais (art. 36-A, da Lei nº 9.504).

66. (VUNESP/TJ-RJ - 2016) Assinale a alternativa que corretamente discorre sobre aspectos da propaganda eleitoral.

- a) Entende-se como ato de propaganda eleitoral aquele que leva ao conhecimento geral, ainda que de forma dissimulada, a candidatura, mesmo que apenas postulada, a ação política que se pretende desenvolver ou razões que induzam a concluir que o beneficiário é o mais apto ao exercício de função pública.
- b) A exaltação das realizações pessoais de determinada pessoa que já foi candidata a mandato eletivo, que se confunde com a ação política a ser desenvolvida e que traduz a ideia de que seja ela a pessoa mais apta para o exercício da função pública, é circunstância que não configura a prática de propaganda eleitoral, nem desvirtuamento do instituto.
- c) A realização de prévias partidárias e sua transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão, a divulgação dos nomes dos filiados que participarão da disputa e a realização de debates entre os pré-candidatos, não configuram propaganda eleitoral antecipada.
- d) 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, ainda que sem pedido explícito de voto, caracteriza propaganda eleitoral antecipada vedada.
- e) O candidato que exerce a profissão de cantor não pode permanecer exercendo-a em período eleitoral, mesmo que essa atividade não tenha como finalidade a animação de comício ou reunião eleitoral e que não haja nenhuma alusão à candidatura ou à campanha eleitoral, ainda que em caráter subliminar.

Comentários

A **alternativa A** está correta e é o gabarito da questão, conforme estabelece o caput, do art. 36-A, da Lei nº 9.504/97:

Art. 36-A. 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 **alternativa B** está incorreta. De acordo com o art. 36-A, acima citado, a exaltação das realizações pessoais de determinada pessoa que já foi candidata a mandato eletivo, que se confunde com a ação política a ser desenvolvida e que traduz a ideia de que seja ela a pessoa mais apta para o exercício da função pública, é circunstância que configura a prática de propaganda eleitoral antecipada.

A **alternativa C** está incorreta. Com base no art. 36-A, III, da Lei das Eleições, a realização de prévias partidárias, a divulgação dos nomes dos filiados que participarão da disputa e a realização de debates entre os pré-candidatos não configuram propaganda eleitoral antecipada.

III - 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;

Porém, o §1º estabelece que é vedada a transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão das prévias partidárias.

§ 1º É vedada a transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão das prévias partidárias, sem prejuízo da cobertura dos meios de comunicação social.

A **alternativa D** está incorreta. Segundo o art. 36-A, I, da referida Lei, não configura propaganda eleitoral antecipada, desde que não envolva pedido explícito de voto, 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.

I - 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;

A **alternativa E** está incorreta. De acordo com o TSE, o candidato que exerce a profissão de cantor pode permanecer exercendo-a em período eleitoral, desde que não tenha como finalidade a animação de comício ou a reunião eleitoral e que não haja nenhuma alusão à candidatura ou à campanha eleitoral, ainda que em caráter subliminar.

67. (VUNESP/Prefeitura de Várzea Paulista-SP - 2016) A propaganda eleitoral, no rádio e na televisão,

- restringe-se ao horário gratuito definido em lei, sendo, contudo, permitida a veiculação de propaganda paga.
- será integralmente paga com recursos da legenda, sendo as emissoras responsáveis apenas pela inserção dos programas.
- de candidato regional, no horário gratuito, não pode utilizar a imagem e a voz de candidato no pleito nacional, ainda que pertençam ao mesmo partido político.

d) de caráter gratuito, deve ser transmitida por emissoras de televisão que operam em VHF e UHF e por todos os canais de televisão por assinatura.

e) no horário gratuito definido em lei, não obsta a transmissão por emissora de rádio ou televisão de debates sobre as eleições majoritária ou proporcional.

Comentários

A **alternativa A** está incorreta. De acordo com o art. 44, da Lei das Eleições, é vedada a veiculação de propaganda paga no rádio e na televisão.

A **alternativa B** está incorreta, pois a propaganda no rádio e na TV somente podem ser realizadas sob a forma gratuita.

A **alternativa C** está incorreta. Com base no §6º, do art. 45, da Lei nº 9.504/97, é permitido ao partido político utilizar, na propaganda eleitoral de seus candidatos em âmbito regional, inclusive no horário eleitoral gratuito, a imagem e a voz de candidato ou militante de partido político que integre a sua coligação em âmbito nacional.

A **alternativa D** está incorreta. Segundo o art. 57, as disposições da Lei das Eleições aplicam-se às emissoras de televisão que operam em VHF e UHF e os canais de televisão por assinatura sob a responsabilidade do Senado Federal, da Câmara dos Deputados, das Assembleias Legislativas, da Câmara Legislativa do Distrito Federal ou das Câmaras Municipais.

A **alternativa E** está correta e é o gabarito da questão, pois é o que dispõe o caput do art. 46, da Lei nº 9.504/97:

Art. 46. Independentemente da veiculação de propaganda eleitoral gratuita no horário definido nesta Lei, é **facultada a transmissão** por emissora de rádio ou televisão de **debates** sobre as eleições majoritária ou proporcional, assegurada a participação de candidatos dos partidos com representação no Congresso Nacional, de, no mínimo, cinco parlamentares, e facultada a dos demais, observado o seguinte: (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

68. (VUNESP/MPSP - 2015) No que se refere à propaganda partidária ou eleitoral, no período eleitoral, é correto afirmar que

a) a realização de comícios e a utilização de aparelhagem de sonorização fixa são permitidas no horário compreendido entre as 8 (oito) e as 24 (vinte e quatro) horas.

b) é permitida a realização de showmício e de evento assemelhado para promoção de candidatos, bem como apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício e reunião eleitoral.

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

d) é vedado ao partido político utilizar na propaganda eleitoral de seus candidatos em âmbito regional, inclusive no horário eleitoral gratuito, a imagem e a voz de candidato ou militante de partido político que integre a sua coligação em âmbito nacional.

e) a realização de qualquer ato de propaganda partidária ou eleitoral, em recinto aberto, depende de licença da polícia.

Comentários

A **alternativa A** está correta e é o gabarito da questão, pois traz a regra constante do art. 39, §4º, da Lei das Eleições:

§ 4º A realização de comícios e a utilização de aparelhagens de sonorização fixas são permitidas no **horário** compreendido **entre as 8 (oito) e as 24 (vinte e quatro) horas**, com exceção do **comício de encerramento da campanha**, que poderá ser prorrogado por **MAIS 2 (DUAS) HORAS.**

A **alternativa B** está incorreta. Lembre-se de que:

SÃO VEDADAS AS PROPAGANDAS ELEITORAIS MEDIANTE SHOWMÍCIO

É que dispõe o art. 39, §7º, da LE:

§ 7º É **PROIBIDA** a realização de showmício e de evento assemelhado para promoção de candidatos, bem como a apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício e reunião eleitoral.

A **alternativa C** está incorreta, pois permite-se a manifestação individual silenciosa nos termos do art. 39-A

Art. 39-A. É **permitida**, no dia das eleições, a manifestação individual e silenciosa da preferência do eleitor por partido político, coligação ou candidato, revelada **EXCLUSIVAMENTE** pelo uso de **bandeiras, broches, dísticos e adesivos**.

Está incorreta a **alternativa D**, pois, ao contrário do afirmado, é possível a utilização de imagem e voz de candidatos da coligação nacional no âmbito regional. Vejamos o § 6º, do art. 45, da LE:

§ 6º É permitido ao partido político utilizar na propaganda eleitoral de seus candidatos em âmbito regional, inclusive no horário eleitoral gratuito, a imagem e a voz de candidato ou militante de partido político que integre a sua coligação em âmbito nacional.

A **alternativa E** está incorreta. *A realização de atos de propaganda eleitoral em locais públicos ou privados com a utilização dos respectivos espaços é prerrogativa de candidatos, partidos e coligações, desde que observadas as limitações legais.* É o que se extrai do *caput* do dispositivo abaixo:

Art. 39. A realização de qualquer ato de propaganda partidária ou eleitoral, em recinto aberto ou fechado, **não depende de licença da polícia**.

Embora não seja necessária a autorização para a realização de atos públicos com vistas à propaganda, deve-se comunicar a polícia nos termos exigidos na CF.

É exatamente isso que extraímos do §1º, do art. 39:

§ 1º O candidato, partido ou coligação promotora do ato fará a **devida comunicação à autoridade policial** em, **NO MÍNIMO, VINTE E QUATRO HORAS ANTES DE SUA REALIZAÇÃO**, a fim de que esta lhe garanta, segundo a prioridade do aviso, o direito contra quem tencione usar o local no mesmo dia e horário.

69. (VUNESP/TJ-MS - 2015) No que se refere à propaganda eleitoral na Imprensa, é correto afirmar que são permitidas,

- até a antevéspera das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 10 (dez) anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada candidato, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide.
- até a antevéspera das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 12 (doze) anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada partido, no espaço máximo, por edição, de 1/6 (um sexto) de página de jornal padrão e de 1/3 (um terço) de página de revista ou tabloide.
- até o dia das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 7 (sete) anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada partido, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide.
- até o dia das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 5 (cinco) anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada candidato, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide.
- até o dia das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 12 (doze) anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada partido, no espaço máximo, por edição, de 1/6 (um sexto) de página de jornal padrão e de 1/3 (um terço) de página de revista ou tabloide.

Comentários

Infelizmente esse é um padrão comum em questões. Toma-se o dispositivo legal e mudam-se os valores. Se isso ocorre em concursos da magistratura, imaginem em concursos para Tribunais, em que a cobrança se dá em única fase objetiva.

Vejamos, portanto, o art. 43, *caput*, da Lei das Eleições:

Art. 43. São permitidas, até a antevéspera das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na Internet do jornal impresso, de **ATÉ 10 (DEZ) ANÚNCIOS** de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada candidato, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide.

São várias as informações relevantes que devemos levar para a prova sobre esse dispositivo. Vejamos:

PROPAGANDA ELEITORAL EM JORNAL OU EM REVISTA

- é paga
- até a antevéspera das eleições (sexta-feira)
- no máximo 10 anúncios por jornal ou revista
- máximo de 1/8 da página se em jornal padrão e 1/4 se em revista
- deve constar do anúncio o valor da propaganda
- envolve a republicação nos sites do jornal/revista

Portanto, a **alternativa A** é a correta e gabarito da questão.

Para facilitar, vejamos os erros das demais alternativas:

- b) até a antevéspera das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de **até 12 (doze)** anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada partido, no espaço máximo, por edição, de **1/6 (um sexto)** de página de jornal padrão e de **1/3 (um terço)** de página de revista ou tabloide.
- c) até o dia das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até **7 (sete)** anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada partido, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide.
- d) até o dia das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até **5 (cinco)** anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada candidato, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide.
- e) até o dia das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até **12 (doze)** anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada partido, no espaço máximo, por edição, de **1/6 (um sexto)** de página de jornal padrão e de **1/3 (um terço)** de página de revista ou tabloide.

LISTA DE QUESTÕES

FCC

1. (FCC/MPE-PE - 2022) De acordo com o que dispõe a Lei das Eleições (Lei nº 9.504/1997) e a jurisprudência sobre o tema, NÃO caracteriza propaganda eleitoral antecipada a

- A) divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, ainda que se faça pedido de votos.
- B) divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais, desde que não envolva pedido explícito de voto.
- C) convocação, por parte do Presidente da República, dos Presidentes das Câmaras dos Deputados, do Senado Federal e do Supremo Tribunal Federal, de redes de radiodifusão para divulgação de atos que denotem ataques a partidos políticos e seus filiados ou instituições.
- D) publicação de outdoors em apoio ao pré-candidato, desde que sem pedido expresso de voto, sendo, contudo, essa forma proscrita durante o período oficial de propaganda.
- E) realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, discussão de políticas públicas, planos de governo ou alianças partidárias visando às eleições, ainda que envolva pedido explícito de voto.

2. (FCC/TJ-AL - 2019) No que se refere a propaganda eleitoral,

- a) somente é permitida após o dia 5 de julho do ano da eleição.
- b) não é permitida a veiculação de material de propaganda eleitoral em bens públicos ou particulares, exceto bandeiras ao longo de vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.
- c) é permitido qualquer tipo de propaganda política paga no rádio e na televisão durante o período eleitoral, desde que conste da prestação de contas do candidato, partido ou coligação.
- d) configuram propaganda eleitoral antecipada, mesmo não havendo pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura e a exaltação das qualidades pessoais do pré-candidato.
- e) é permitida a veiculação de propaganda eleitoral na internet em sítios de pessoas jurídicas sem fins lucrativos.

3. (FCC/MPE-PB - 2018) O direito de resposta por afirmação difamatória na propaganda eleitoral veiculada

- a) pela internet será apreciada pelo Juiz Eleitoral em decisão irrecorrível.
- b) por qualquer meio de comunicação é assegurado aos candidatos, mas vedado aos partidos políticos e coligações.
- c) pela imprensa escrita deve ser pleiteada na Justiça Comum e não na Justiça Eleitoral.
- d) na programação normal das emissoras de rádio e televisão, quando deferido, será exercido em tempo igual ao da ofensa, porém nunca inferior a um minuto.
- e) no horário eleitoral gratuito deverá ser pedido no prazo de 72 horas contado da divulgação da ofensa.

4. (FCC/CLDF - 2018) É VEDADA a

- a) manifestação individual e silenciosa de eleitor por candidato, relevada pelo uso de broches e adesivos no dia das eleições.
- b) divulgação na imprensa escrita de propaganda eleitoral paga até a antevéspera das eleições.
- c) contratação direta de pessoal para prestação de serviços nas campanhas eleitorais.
- d) realização de prévias partidárias e a sua divulgação pelos instrumentos de comunicação intrapartidária e pelas redes sociais.
- e) veiculação da propaganda eleitoral em cavaletes montados em praça pública.

5. (FCC/TRE-SP - 2017) No período permitido por lei, em ano eleitoral, o candidato Joel deseja realizar propaganda eleitoral em postes de iluminação pública, enquanto que seu adversário, Jaime, no mesmo período, deseja colocar mesas para distribuição de material de campanha e utilizar bandeiras ao longo de vias públicas. A veiculação da propaganda pretendida por Joel é

- a) permitida, desde que autorizada pela Justiça Eleitoral e pela Prefeitura, e a pretendida por Jaime é permitida, independentemente de serem móveis os meios de propaganda utilizados e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.
- b) permitida, desde que não dificulte o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos, e a pretendida por Jaime é vedada.
- c) permitida, assim como a veiculação da propaganda pretendida por Jaime, porque a propaganda eleitoral não se sujeita à censura.
- d) vedada, assim como a veiculação da propaganda pretendida por Jaime, ainda que os meios de propaganda sejam móveis e não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.
- e) vedada e a pretendida por Jaime é permitida, desde que os meios de propaganda sejam colocados e retirados entre às 6h e às 22h e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.

6. (FCC/AL-MS - 2016) Frederico, candidato à deputado estadual, sem pedir autorização para a Justiça Eleitoral, realizou, entre os dias 18 e 21 de agosto do ano eleitoral, propaganda eleitoral feita em papel, medindo 0,5 m², em uma propriedade particular, sem efetuar qualquer pagamento em troca do espaço para essa finalidade. No mesmo período, o candidato também fixou adesivos, medindo 0,5 m², em um clube de propriedade privada. Frederico realizou propaganda eleitoral

- a) regular tanto no primeiro caso quanto no segundo, pois é permitida quando realizada em bens particulares e em bens de propriedade privada, como no caso citado, feita em papel ou adesivo, nas dimensões utilizadas, independentemente de autorização da Justiça Eleitoral, desde que não contrarie a legislação eleitoral.
- b) regular no primeiro caso, pois é permitida quando realizada em bem particular, feita em papel, nas dimensões utilizadas, independentemente de autorização da Justiça Eleitoral, desde que não contrarie a legislação eleitoral; e irregular no segundo, pois é proibida a propaganda eleitoral em bens de uso comum, ainda que de propriedade privada.
- c) irregular no primeiro caso, pois não é permitida a propaganda eleitoral em bens particulares nas dimensões utilizadas sem prévia autorização da Justiça eleitoral; e regular no segundo, pois é permitida quando realizada em bem de propriedade privada, como no caso citado, feita em adesivo, nas dimensões utilizadas, desde que não contrarie a legislação eleitoral.

d) irregular no primeiro caso, pois, embora não necessite de autorização da Justiça Eleitoral, somente poderá ser realizada em bem particular por meio de inscrições à tinta; e regular no segundo, pois é permitida quando realizada em bem de propriedade privada, como no caso citado, feita em adesivo, nas dimensões utilizadas, desde que não contrarie a legislação eleitoral.

e) irregular tanto no primeiro como no segundo caso, pois que realizadas as propagandas fora do período permitido pela legislação eleitoral.

7. (FCC/AL-MS - 2016) O partido político W celebrou coligações para a eleição majoritária e para a proporcional. Ocorre que os partidos que integram referida coligação possuem dúvida com relação à realização da propaganda eleitoral. Ao consultarem um advogado especializado, descobriram que, de acordo com a Lei nº 9.504/1997, na propaganda para eleição majoritária,

a) cada partido usará apenas sua legenda sob o nome da coligação e, na propaganda para eleição proporcional, a coligação usará, obrigatoriamente, sob sua denominação, as legendas de todos os partidos que a integram.

b) a coligação poderá, facultativamente, usar, sob sua denominação, as legendas de todos os partidos que a integram e, na propaganda para eleição proporcional, cada partido poderá usar apenas sua legenda sob o nome da coligação.

c) a coligação usará, obrigatoriamente, sob sua denominação, as legendas de todos os partidos que a integram e, na propaganda para eleição proporcional, cada partido usará apenas sua legenda sob o nome da coligação.

d) cada partido poderá usar apenas sua legenda sob o nome da coligação e, na propaganda para eleição proporcional, a coligação poderá, facultativamente, usar, sob sua denominação, as legendas de todos os partidos que a integram.

e) assim como na propaganda para eleição proporcional, a coligação usará, obrigatoriamente, sob sua denominação, as legendas de todos os partidos que a integram.

8. (FCC/TRE-PB - 2015) De acordo com a Lei no 9.504/1997, que concerne à propaganda eleitoral em geral, é correto afirmar que:

a) é vedada, em qualquer hipótese, a veiculação de propaganda eleitoral nas dependências do Poder Legislativo.

b) da propaganda de candidatos a Senador não deverão constar os nomes dos respectivos suplentes.

c) é vedada a transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão das prévias partidárias.

d) a propaganda de boca de urna é permitida até a porta do local de votação.

e) é vedada, no dia das eleições, a manifestação silenciosa da preferência do eleitor por candidato por meio do uso de adesivos.

9. (FCC/TRE-PE - 2011) Ao postulante à candidatura a cargo eletivo é permitida a realização, na quinzena anterior à escolha pelo partido, de propaganda intrapartidária com vista à indicação de seu nome, através, dentre outras formas,

a) da televisão, em inserções de até sessenta segundos, a critério do candidato.

b) do rádio, em inserções de até sessenta segundos, a critério do candidato.

c) de outdoor, em locais sorteados pela Justiça Eleitoral.

- d) de cartazes e bandeira no local em que será realizada a convenção partidária.
- e) do rádio ou da televisão, em programas semanais de quinze minutos, com tempo dividido entre os candidatos.

10. (FCC/TJ-SE - 2015) A respeito da propaganda eleitoral, é correto afirmar que:

- a) é absolutamente vedada a veiculação de propaganda eleitoral nas dependências do Poder Legislativo.
- b) a propaganda eleitoral mediante outdoors só é permitida após a realização de sorteio dos locais pela Justiça Eleitoral.
- c) para fins de propaganda eleitoral na internet, é vedada a venda de cadastro de endereços eletrônicos.
- d) é permitida, no dia da eleição, a aglomeração silenciosa de pessoas portando vestuário padronizado, de modo a caracterizar manifestação coletiva.
- e) a propaganda paga na imprensa escrita e a reprodução na internet do jornal impresso são permitidas até o dia das eleições.

11. (FCC/TRE-PB - 2015) De acordo com a Lei nº 9.504/1997,

- a) é permitido a qualquer candidato comparecer, nos três meses que antecedem o pleito, à inauguração de obras públicas.
- b) as emissoras de rádio e televisão não terão direito à compensação fiscal pela cedência do horário gratuito previsto na lei.
- c) a contratação de pessoal por candidatos a Vice-Presidente e Vice-Governador não é, para todos os efeitos, contabilizada como contratação pelo titular e a contratação por partidos não fica vinculada aos limites impostos aos seus candidatos.
- d) nenhum requerimento de inscrição eleitoral ou de transferência será recebido dentro dos cento e cinquenta dias anteriores à data da eleição.
- e) nos três meses que antecedem as eleições é permitida, nas inaugurações, a contratação de shows artísticos pagos com recursos públicos.

12. (FCC/TRE-SE - 2015) Paulo, candidato a Deputado Estadual, colocou mesas ao longo de uma avenida para distribuição de material de campanha. Para garantir exclusividade do local escolhido, fixou a mesa ao solo que ali permaneceu de um dia para o outro. De acordo com a Lei no 9.504/97, essa conduta

- a) só é permitida se a avenida tiver pouco movimento.
- b) só é permitida se houver autorização de seu partido.
- c) é vedada.
- d) é permitida, se não dificultar o bom andamento de pessoas e veículos.
- e) depende de prévia autorização da Prefeitura.

13. (FCC/TRE-SE - 2015) Objetivando a propaganda de suas candidaturas, João fixou uma faixa num cinema; José colocou um cartaz na varanda da residência particular de um amigo; Pedro pendurou uma placa na igreja que costuma frequentar; Paulo fixou uma faixa no clube do qual é associado; e Plínio colocou uma placa no estádio de um clube de futebol. A Lei no 9.504/97, desde que observados os demais requisitos legais, autoriza a propaganda feita APENAS por

- a) João, Pedro e Paulo.
- b) Paulo e Plínio.
- c) José e Plínio.
- d) João, Paulo e Plínio.
- e) José.

14. (FCC/TRE-PB - 2015) A respeito da propaganda eleitoral em geral, considere:

- I. Colocar faixa com o nome de candidato em cinema de propriedade particular.
- II. Fixar cartaz com foto de candidato em centro comercial.
- III. Fazer propaganda eleitoral de partido político por meio de placa fixada em loja de artesanato.

É vedada pela Lei no 9.504/1997 a propaganda eleitoral indicada em

- a) I, apenas.
- b) II, apenas.
- c) I e III, apenas.
- d) II e III, apenas.
- e) I, II e III.

15. (FCC/TRE-RR - 2015) A respeito da propaganda eleitoral em geral, é correto afirmar que

- a) a propaganda eleitoral através da distribuição de folhetos, volantes e outros impressos depende de autorização da Justiça Eleitoral.
- b) nas dependências do Poder Legislativo, a veiculação de propaganda eleitoral fica a critério do Juiz Eleitoral competente.
- c) se consideram bens de uso comum, para fins eleitorais, dentre outros, as lojas, os cinemas e os centros comerciais de propriedade privada
- d) nas árvores e nos jardins localizados em áreas públicas é permitida a colocação de propaganda eleitoral, desde que não lhes cause dano
- e) a veiculação de propaganda em bens particulares pode ser realizada mediante pagamento do espaço destinado a essa finalidade.

16. (FCC/TRE-RR - 2015) A respeito da propaganda eleitoral em geral, considere:

- I. A propaganda eleitoral pode ser feita a partir da escolha do candidato na convenção partidária.
 - II. A propaganda em bens particulares independe de obtenção de licença municipal e de autorização do Juiz Eleitoral.
 - III. A propaganda nos estádios de futebol pode ser feita através de cartazes, desde que não dificulte o trânsito de pessoas e não prejudique o espetáculo esportivo.
- Está correto o que se afirma APENAS em
- a) I.
 - b) II e III.

- c) I e II.
- d) II.
- e) I e III.

17. (FCC/TRE-RS - 2010) A veiculação de propaganda eleitoral em bens particulares

- a) deve ser espontânea, mas não gratuita, podendo ser paga pelos partidos políticos, desde que incluída nas suas prestações de contas.
- b) é expressamente vedada por lei, por prejudicar a igualdade entre os candidatos.
- c) deve ser espontânea e gratuita, sendo vedado qualquer tipo de pagamento em troca de espaço para essa finalidade.
- d) deve ser espontânea, mas não gratuita, podendo ser paga pelos candidatos, desde que incluída nas suas prestações de contas.
- e) é permitida livremente, com ou sem pagamento, de forma espontânea ou provocada, em virtude do direito de propriedade.

18. (FCC/TRE-TO - 2011) É permitida a veiculação de propaganda eleitoral através de

- a) faixas afixadas em centros comerciais, templos e ginásios.
- b) faixas afixadas em muros, cercas e tapumes divisórios, desde que não lhe causa danos.
- c) cavaletes ao longo das vias públicas não são permitidos, ainda que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.
- d) faixas, estandartes ou assemelhados afixados em viadutos e passarelas.
- e) pinturas e inscrições em bens particulares, desde que com cobrança ou pagamento em troca de espaço para essa finalidade.

19. (FCC/TRE-SP - 2012) Pedro é radialista e titular de um programa numa emissora da cidade. Tendo sido escolhido candidato a Prefeito Municipal pela convenção de seu partido, adotou variação nominal coincidente com o nome do seu programa. Em tal situação, a partir de 1º de julho do ano da eleição, a emissora de rádio, em sua programação normal,

- a) poderá divulgar o nome do programa, porque não é o mesmo que o do candidato.
- b) poderá divulgar o nome do programa, porque já existia antes da convenção partidária.
- c) poderá divulgar o nome do programa, desde que não difunda opinião favorável ao candidato.
- d) só poderá divulgar o nome do programa se não for apresentado ou comentado pelo candidato.
- e) não poderá divulgar o nome do programa, por expressa vedação legal.

20. (FCC/TRE-PR - 2012) João é esportista e candidatou-se por seu partido ao cargo de Deputado Estadual. Dois meses antes das eleições, foi convidado para a inauguração de obra pública relevante para a sua atividade profissional. Consultou o advogado de seu partido que lhe respondeu que o comparecimento à inauguração de obras públicas nos três meses que antecedem as eleições é vedado

- a) somente a candidatos a eleições municipais.
- b) apenas a candidatos a cargos do Poder Executivo.

- c) somente a candidatos a cargos do Poder Legislativo.
- d) apenas a agentes públicos em campanha eleitoral para qualquer cargo eletivo.
- e) a qualquer candidato.

21. (FCC/TRE-RO - 2013) Paulo alugou o muro do terreno de sua propriedade para um candidato veicular propaganda eleitoral; Pedro colocou faixa de propaganda eleitoral numa árvore; João colocou mesas móveis para distribuição de material de campanha ao longo da via pública, de forma a não dificultar o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos; José colocou uma faixa com propaganda eleitoral abaixo da tela do cinema de sua propriedade; Joaquim colocou cartazes com propaganda eleitoral no templo que frequenta. É permitida a propaganda eleitoral feita por

- a) Paulo, Pedro e Joaquim
- b) Paulo, apenas.
- c) Paulo e João.
- d) João, apenas.
- e) Pedro, José e Joaquim.

22. (FCC/TRE-RO - 2013) João, regularmente registrado como candidato a Prefeito Municipal, resolveu, sob sua responsabilidade e às suas expensas, editar e distribuir impressos com a sua plataforma eleitoral e pedido de votos. É INCORRETO afirmar que nesse tipo de propaganda eleitoral

- a) deve constar quem a contratou e a respectiva tiragem.
- b) é desnecessária a obtenção de prévia licença municipal.
- c) deve constar o número do CNPJ/MF do Partido Político ao qual João está filiado.
- d) é desnecessária a prévia autorização da Justiça Eleitoral.
- e) deve constar o número do CPF/MF do responsável pela confecção.

23. (FCC/TRE-TO - 2011) A propaganda eleitoral

- a) através da utilização de trios elétricos é vedada para a sonorização de comícios.
- b) através da distribuição de material gráfico, caminhada, carreata, passeata ou carro de som que transite pela cidade divulgando jingles ou mensagens de candidatos é permitida até às 22 horas do dia que antecede a eleição.
- c) é absolutamente vedada no dia da eleição, não podendo o eleitor utilizar broches e adesivos.
- d) através de outdoors submete-se a prévio sorteio de local a ser feito pela Justiça Eleitoral.
- e) através da realização de showmício e de evento assemelhado para promoção de candidato, bem como a apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício ou reunião eleitoral é permitida até às 22 horas do dia que antecede a eleição.

24. (FCC/Câmara Municipal de São Paulo - 2014) Julgue o item subsequente.

Considera-se propaganda eleitoral irregular a colocação de bandeiras móveis ao longo das vias públicas, sem dificultar o trânsito de pessoas e veículos.

25. (FCC/TRE-AP - 2015) Considere:

I. O partido Alpha colocou uma faixa com o nome de José, candidato à Prefeito Municipal, na porta de uma igreja, no horário do culto.

II. O partido Beta realizou o comício de encerramento da campanha de seus candidatos, com aparelhagem de sonorização fixa utilizada até as 4:00 horas da madrugada.

III. O partido Delta, no dia da eleição, promoveu carreata de apoio aos seus candidatos às eleições majoritárias.

IV. O partido Gama utilizou, no mês de setembro do ano da eleição, trio elétrico para a sonorização de um de seus comícios.

De acordo com a Lei no 9.094/97, é vedada a propaganda indicada APENAS em

- a) I e II.
- b) I, II e III.
- c) I e III.
- d) II, III e IV.
- e) III e IV.

26. (FCC/TRE-SE - 2015) Considere:

I. Distribuição de camisetas.

II. Utilização de trios elétricos para sonorizar comícios.

III. Colocação de adesivo microperfurado no para-brisa de veículo, com as dimensões de 40 por 30 cm.

A legislação eleitoral veda a propaganda eleitoral indicada APENAS em

- a) II e III.
- b) II.
- c) I.
- d) I e II.
- e) I e III.

27. (FCC/Câmara Municipal de São - 2014) Quanto à propaganda eleitoral, julgue o item subsequente.

No dia da eleição, a propaganda de boca de urna é proibida e constitui crime, de acordo com a legislação em vigor.

28. (FCC/TRE-SP - 2012) Considere, dentre outras, as seguintes formas de propaganda eleitoral:

I. Caminhada.

II. Fixação de outdoors com fotos de candidatos.

III. Distribuição pelos candidatos de cestas básicas.

IV. Distribuição por comitê de material gráfico.

Até as vinte e duas horas do dia que antecede a eleição serão vedadas as formas de propaganda indicadas SOMENTE em

- a) I e III.
- b) I e IV.
- c) II e III.
- d) II e IV.
- e) III e IV.

29. (FCC/TRE-SP - 2012) A respeito da propaganda eleitoral em geral, considere:

- I. No dia das eleições, um grupo de cerca de cem pessoas, portando bandeiras, broches, dísticos e adesivos indicativos de preferência por determinado candidato, realizou uma passeata pelas principais avenidas da cidade.
- II. No dia que antecede as eleições, o partido Alpha manteve carro de som, transitando pelas ruas da cidade até as vinte e duas horas, divulgando mensagem de seus candidatos.
- III. Dois dias antes das eleições, o comitê do candidato do partido Beta realizou distribuição de canetas, camisetas e chaveiros com gravação de mensagem deste.
- IV. No dia que antecede as eleições, durante o período da tarde, o partido Gama realizou carreata de encerramento da campanha pelas ruas da cidade.

São vedadas as condutas indicadas SOMENTE em

- a) I e IV.
- b) I e III.
- c) II e IV.
- d) II e III.
- e) II, III e IV.

30. (FCC/AL-PE - 2014) A respeito da propaganda eleitoral no rádio e na televisão, considere:

- I. É permitido ao partido político utilizar na propaganda eleitoral de seus candidatos em âmbito regional, inclusive no horário eleitoral gratuito, a imagem e a voz de candidato ou militante de partido político que integre a sua coligação em âmbito nacional.
- II. A propaganda eleitoral paga só poderá ser feita fora do horário eleitoral gratuito, devendo os respectivos custos constarem da prestação de contas de cada partido.
- III. Os cortes instantâneos ou a censura prévia nos programas eleitorais gratuitos só poderão ser feitos pela Justiça Eleitoral, quando houver denúncia de descumprimento da legislação pertinente.

Está correto o que se afirma APENAS em

- a) II.
- b) I.
- c) I e II.
- d) I e III.
- e) II e III.

31. (FCC/TJ-AL - 2015) A cedência pelas emissoras de rádio e televisão do horário eleitoral gratuito

- a) enseja o pagamento de compensação financeira às emissoras pelos partidos e coligações eleitorais, que deve ser declarada nas respectivas prestações de contas a serem apresentadas à Justiça Eleitoral.
- b) enseja o pagamento de compensação financeira às emissoras pelo Poder Público, mediante a expedição de precatórios de natureza específica, diferentemente do que ocorre com a propaganda partidária gratuita.
- c) enseja o pagamento de compensação financeira às emissoras pelo Poder Público, mediante a expedição de precatórios de natureza específica, igualmente ao que ocorre com a propaganda partidária gratuita.
- d) confere às emissoras direito à compensação fiscal a ser efetivada na apuração do Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica – IRPJ, inclusive da base de cálculo dos recolhimentos mensais previstos na legislação fiscal, e da base de cálculo do lucro presumido.
- e) não confere direito à compensação às emissoras, pois constitui restrição legal que decorre do regime de concessão pública a que estão submetidas.

32. (FCC/TRE-PB - 2015) A emissora de televisão Azul convidou o candidato a Vereador João para um debate com um grupo de outros três candidatos. Quinze dias depois, realizou outro debate com mais quatro candidatos e também com João, por ser o líder das pesquisas. A realização do segundo debate foi

- A) irregular, porque, nas eleições proporcionais, a lei exige a presença de, no mínimo, quatro candidatos por grupo.
- b) regular, pois a lei permite a divisão dos candidatos em grupos, desde que presentes pelo menos três candidatos.
- c) irregular, porque, na eleição proporcional, a lei exige a presença de todos os candidatos em cada debate.
- d) irregular, porque é vedada, na eleição proporcional, a presença do mesmo candidato em mais de um debate na mesma emissora.
- e) irregular, porque o intervalo entre um debate e outro, na mesma emissora, não pode ser inferior a trinta dias.

33. (FCC/TRE-PB - 2015) A emissora que deixar de cumprir as disposições da Lei nº 9.504/1997 sobre a propaganda eleitoral

- a) terá a sua programação normal suspensa por quarenta e oito horas pela Justiça Eleitoral, independentemente de requerimento de partido, coligação ou candidato.
- b) estará sujeita à imposição de multa pela Justiça Eleitoral de R\$ 10.000,00 a R\$ 1.000.000,00, aplicada em dobro em caso de reincidência.
- c) poderá, a requerimento de partido, coligação ou candidato, ter a sua programação normal suspensa por vinte e quatro horas pela Justiça Eleitoral, sendo que a cada reiteração o tempo será duplicado.
- d) ficará fora do ar por prazo indeterminado, a critério da Justiça Eleitoral, tendo em conta o tipo de infração cometida.
- e) não sofrerá qualquer punição, mas os seus responsáveis serão processados criminalmente por crime eleitoral.

34. (FCC/TRE-PB - 2015) José contratou com o Jornal, de circulação diária de sua cidade, a publicação paga de anúncio da sua candidatura a Vereador com o tamanho de 1/7 de página de jornal padrão, desde

o dia 10 de setembro até o dia da eleição, todos os dias, sem mencionar o valor pago pela inserção. Essa publicação está

- a) irregular, porque excede o número de 10 anúncios e não menciona o valor pago pela inserção.
- b) irregular, porque excede o número de 10 anúncios, sendo desnecessária a menção do valor pago pela inserção.
- c) irregular, porque não menciona o valor pago pela inserção, sendo irrelevante o número de anúncios a serem publicados.
- d) regular, posto que atende todas as exigências legais.
- e) irregular, porque é vedada por lei a propaganda paga.

35. (FCC/TRE-SE - 2015) A respeito da propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão, considere:

- I. É facultada a inserção de depoimento de candidatos a eleições proporcionais no horário da propaganda das candidaturas majoritárias e vice-versa, registrados sob o mesmo partido ou coligação, desde que o depoimento consista exclusivamente em pedido de voto ao candidato que cedeu o tempo.
- II. É permitida a utilização da propaganda de candidaturas proporcionais como propaganda de candidaturas majoritárias e vice-versa.
- III. Nos programas de inserções de rádio e televisão destinados à propaganda eleitoral gratuita de cada partido ou coligação só poderão aparecer, em gravações internas e externas, caracteres com propostas, fotos, jingles, clipes com música ou vinhetas, inclusive de passagem, com indicação do número do candidato ou do partido, bem como seus apoiadores, que poderão dispor de até 50% do tempo de cada programa ou inserção, sendo vedadas montagens, trucagens, computação gráfica, desenhos animados e efeitos especiais.

Está correto o que se afirma APENAS em

- a) I e III.
- b) I e II.
- c) I.
- d) II e III.
- e) III.

36. (FCC/TRE-SE - 2015) A respeito da propaganda eleitoral no rádio e na televisão, é correto afirmar:

- a) A censura prévia e os cortes instantâneos de propagandas eleitorais só podem ser feitos pelo Tribunal Regional Eleitoral.
- b) A partir de 30 de junho do ano da eleição, é vedado às emissoras transmitir programa comentado por pré-candidato.
- c) A censura prévia e os cortes instantâneos de propagandas eleitorais só podem ser feitos pelo Corregedor-Geral Eleitoral.
- d) A propaganda eleitoral fora do horário eleitoral gratuito restringe-se a dez inserções por partido.
- e) É permitida a presença de um mesmo candidato à eleição proporcional em mais de um debate da mesma emissora.

37. (FCC/TRE-AP - 2015) Peter é candidato a Vereador e pretende divulgar anúncios de propaganda eleitoral paga na imprensa escrita. Nesse caso, observadas as demais exigências legais, tais anúncios poderão ser divulgados

- a) sem constar o valor pago pela inserção.
- b) até o dia das eleições.
- c) até a véspera das eleições.
- d) em número não superior a cinco anúncios por dia no mesmo veículo.
- e) em número não superior a dez, por veículo, em datas diversas.

38. (FCC/TRE-AP - 2015) Tullius Junior é apresentador de televisão. O programa por ele apresentado tem o seu nome (“Programa Tullius Júnior”). Tullius Júnior resolveu candidatar-se a Deputado Federal. No dia 1º de setembro do ano da eleição, na programação normal da emissora, foi divulgado o nome do referido programa. Essa divulgação poderá

- a) implicar no cancelamento do registro da candidatura de Tullius Júnior.
- b) ser feita normalmente, desde que não haja pedido expresso de votos.
- c) implicar apenas na imposição de multa de R\$ 1.000,00 a R\$ 10.000,00 à emissora.
- d) ser feita normalmente, desde que não haja veiculação de propaganda eleitoral.
- e) implicar apenas na imposição de multa de R\$ 1.000,00 a R\$ 10.000,00 ao candidato.

39. (FCC/TRE-TO - 2011) A propaganda exercida nos termos da legislação eleitoral

- a) exige a prévia censura do teor dos programas a serem exibidos na televisão.
- b) poderá ser cerceada sob o fundamento de violação de postura municipal.
- c) submete-se plenamente ao poder de polícia, que não se restringe às providências necessárias para inibir práticas ilegais.
- d) não poderá ser objeto de multa fundada no exercício do poder de polícia.
- e) submete-se ao poder de polícia, que será exercido pela Polícia Federal e pelas Polícias Militares estaduais.

40. (FCC/TRE-SP - 2012) Para a transmissão de debates de candidatos a Governador do Estado por emissora de televisão, no primeiro turno das eleições, não foi obtido consenso quanto às regras a serem observadas. Nesse caso,

- a) as regras serão estabelecidas pelo Ministério Público Eleitoral.
- b) os debates não poderão ser realizados, nem transmitidos pela emissora de televisão.
- c) as regras serão estabelecidas pela direção da emissora de televisão, com prévia comunicação ao Tribunal Superior Eleitoral.
- d) as regras serão estabelecidas pelo Tribunal Regional Eleitoral.
- e) serão consideradas aprovadas as regras que obtiverem a concordância de pelo menos dois terços dos candidatos aptos ao referido pleito eleitoral.

41. (FCC/TRE-SP - 2012) No que concerne à propaganda no horário eleitoral gratuito no rádio e na televisão, é correto afirmar que

- a) o tempo diário de cada partido, se houver segundo turno, será proporcional à votação obtida no primeiro turno.
- b) é permitida a utilização da propaganda de candidaturas proporcionais como propaganda de candidaturas majoritárias e vice-versa.
- c) é permitida, no segundo turno das eleições, nos programas eleitorais de cada partido, a participação de filiados a partidos que tenham formalizado apoio a outros candidatos.
- d) a Justiça Eleitoral fará corte instantâneo de programa eleitoral gratuito ofensivo à honra de candidato, à moral e aos bons costumes.
- e) é permitido ao partido político utilizar na propaganda eleitoral de seus candidatos, em âmbito regional, a imagem e a voz de candidato ou militante de partido político que integre a sua coligação em âmbito nacional.

42. (FCC/TRE-PE - 2011) No que concerne à propaganda no horário eleitoral gratuito no rádio e na televisão, é correto afirmar que

- a) a Justiça Eleitoral fará corte instantâneo de programa eleitoral gratuito ofensivo à honra de candidato, à moral e aos bons costumes.
- b) é permitida a utilização da propaganda de candidaturas proporcionais como propaganda de candidaturas majoritárias e vice-versa.
- c) é permitida, no segundo turno das eleições, nos programas eleitorais de cada partido, a participação de filiados a partidos que tenham formalizado apoio a outros candidatos.
- d) é permitido ao partido político utilizar, na propaganda eleitoral de seus candidatos, em âmbito regional, a imagem e a voz de candidato ou militante de partido político que integre a sua coligação em âmbito nacional.
- e) a utilização de comercial ou propaganda realizada com a intenção de promover marca ou produto dependerá do prévio recolhimento aos cofres públicos de taxa fixada pela Justiça Eleitoral.

43. (FCC/TRE-PE - 2011) Observados os demais requisitos legais, até a antevéspera das eleições, é permitida a propaganda paga

- a) na imprensa escrita.
- b) no rádio.
- c) na televisão aberta.
- d) em canais de televisão por assinatura
- e) através de outdoors.

44. (FCC/TRE-RO - 2013) A respeito da propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão, é permitida a

- a) proibição pela Justiça Eleitoral da reapresentação de propaganda ofensiva à honra de candidato, à moral e aos bons costumes.
- b) efetivação de cortes instantâneos pela Justiça Eleitoral de propagandas eleitorais ofensivas a outros candidatos.
- c) utilização da propaganda de candidaturas majoritárias como propaganda de candidaturas proporcionais.

- d) utilização da propaganda de candidaturas proporcionais como propaganda de candidaturas majoritárias.
- e) censura prévia dos programas eleitorais gratuitos pela Justiça Eleitoral para evitar ofensas a terceiros.

45. (FCC/TRE-RO - 2013) O partido Alpha, no segundo turno das eleições para Governador do Estado, formalizou apoio a candidato do Partido Beta, que disputa com o candidato do partido Delta. A participação de Josivaldo, filiado ao partido Alpha, no programa de rádio e televisão destinados à propaganda eleitoral gratuita do partido Delta

- a) é vedada, por ser filiado ao partido Alpha.
- b) só é vedada se tiver sido candidato no primeiro turno da eleição.
- c) é permitida, porque o partido ao qual é filiado não disputa o segundo turno das eleições.
- d) só é vedada se for dirigente o partido Alpha.
- e) é permitida, porque não tem obrigação de seguir a posição assumida pelo partido ao qual é filiado.

46. (FCC/AL-PE - 2014) O candidato atingido, de forma indireta, por afirmação injuriosa feita no horário eleitoral gratuito, poderá pedir o exercício do direito de resposta no prazo de

- a) quarenta e oito horas, contado da obtenção da gravação da ofensa junto à emissora de rádio ou televisão.
- b) quarenta e oito horas, contado a partir da veiculação da ofensa.
- c) vinte e quatro horas, contado a partir da veiculação da ofensa.
- d) vinte e quatro horas, contado da comunicação do fato ao Juiz Eleitoral.
- e) quarenta e oito horas, contado da comunicação do fato ao Juiz Eleitoral.

47. (FCC/Câmara Municipal de São Paulo-SP - 2014) A respeito da propaganda eleitoral da internet, considere:

- I. sítio do candidato, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País.
- II. mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação.
- III. matéria paga, com custo e respectivo pagamento devidamente lançados na prestação de contas do candidato, do partido ou da coligação.
- IV. 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.

É permitida a propaganda eleitoral veiculada pela internet, dentre outras, da forma indicada APENAS em

- a) I, II e IV.
- b) I, II e III
- c) III e IV.
- d) I, III e IV.
- e) II e III.

48. (FCC/TRE-RR - 2015) Um candidato a Deputado Estadual foi ofendido por afirmação difamatória em órgão da imprensa escrita. Nesse caso,

- a) deferido o pedido, a divulgação da resposta se dará, em regra, em 5 dias após a decisão.
- b) o ofendido poderá pedir o direito de resposta à Justiça Eleitoral no prazo, contado da veiculação da ofensa, de 72 horas
- c) deferido o pedido, a divulgação da resposta será feita em até o dobro do prazo entre veiculação da ofensa e a formulação do pedido de resposta.
- d) o ofendido poderá pedir o direito de resposta à Justiça Eleitoral no prazo, contado da veiculação da ofensa, de 48 horas.
- e) o ofendido poderá pedir o direito de resposta à Justiça Eleitoral no prazo, contado da veiculação da ofensa, de 24 horas.

49. (FCC/TRE-PB - 2015) Paulo, candidato escolhido em convenção para candidatar-se a Governador do Estado pelo partido Alpha, foi acusado, na programação normal de emissora de televisão, de remeter valores desviados dos cofres públicos para o exterior quando era prefeito municipal de uma cidade do interior. Paulo poderá pedir o exercício do direito de resposta à Justiça Eleitoral, no prazo, contado da veiculação da ofensa, de

- A) quinze dias.
- b) quarenta e oito horas.
- c) setenta e duas horas.
- d) cinco dias.
- e) dez dias.

50. (FCC/TRE-SE - 2015) A respeito da propaganda eleitoral na Internet, é INCORRETO afirmar que poderá ser realizada

- a) por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação.
- b) 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.
- c) 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.
- d) 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.
- e) por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e assemelhados, cujo conteúdo seja gerado ou editado por candidatos, partidos ou coligações ou de iniciativa de qualquer pessoa natural.

51. (FCC/TRE-SE - 2015) Cícero, candidato a Prefeito municipal, foi injuriado na propaganda eleitoral gratuita na televisão. Cícero poderá pedir o direito de resposta no prazo de

- a) 24 horas, sendo que, deferido o pedido, o ofendido usará para resposta, tempo igual ao da ofensa, nunca inferior, porém, a um minuto.
- b) 24 horas, sendo que, deferido o pedido, o ofendido usará para resposta, tempo igual ao dobro do da ofensa.

c) 48 horas, sendo que, deferido o pedido, o ofendido usará para resposta, tempo igual ao dobro do da ofensa.

d) 48 horas, sendo que, deferido o pedido, o ofendido usará para resposta, tempo igual ao da ofensa, nunca inferior, porém, a um minuto.

e) 72 horas, sendo que, deferido o pedido, o ofendido usará para resposta, tempo igual ao da ofensa.

52. (FCC/TRE-RO - 2013) Julgue o item que se segue.

A respeito da propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão, é vedada a proibição pela Justiça Eleitoral da reapresentação de propaganda ofensiva à honra de candidato, à moral e aos bons costumes.

53. (FCC/TRE-SP - 2012) O partido Beta, no horário eleitoral gratuito, fez, durante trinta segundos, afirmação difamatória contra o candidato a Governador do Estado pelo partido Delta. O candidato atingido pela afirmativa difamatória pediu o exercício do direito de resposta, que foi deferido pela Justiça Eleitoral. O tempo reservado ao partido responsável pela ofensa é de trinta segundos. A resposta será veiculada no horário destinado ao partido responsável pela ofensa, em até

a) quarenta e oito horas após a decisão, durante um minuto, em dois tempos de trinta segundos.

b) vinte e quatro horas após a decisão, durante trinta segundos.

c) setenta e duas horas após a decisão, durante dois minutos, em quatro tempos de trinta segundos.

d) quarenta e oito horas após a decisão, durante trinta segundos.

e) vinte e quatro horas após a decisão, durante um minuto, em dois tempos de trinta segundos.

54. (FCC/TRE-PE - 2011) A partir da escolha de candidatos em convenção, é assegurado o direito de resposta a candidato, partido ou coligação atingidos, ainda que de forma indireta, por conceito, imagem ou afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa ou sabidamente inverídica, difundidos por qualquer veículo de comunicação social. O ofendido, ou seu representante legal, quando se tratar do horário eleitoral gratuito, da programação normal das emissoras de rádio e televisão, e de órgão da imprensa escrita, poderá pedir o exercício do direito de resposta à Justiça Eleitoral nos prazos de, contados da veiculação da ofensa, respectivamente,

a) quarenta e oito horas, setenta e duas horas e vinte e quatro horas.

b) setenta e duas horas, quarenta e oito horas e vinte e quatro horas.

c) quarenta e oito horas, vinte e quatro horas e setenta e duas horas.

d) vinte e quatro horas, setenta e duas horas e quarenta e oito horas.

e) vinte e quatro horas, quarenta e oito horas e setenta e duas horas.

55. (FCC/TRE-PE - 2011) A respeito do direito de resposta, considere:

I. Se uma afirmação caluniosa for difundida na televisão, no horário eleitoral gratuito, em trinta segundos, deferido o pedido, o ofendido usará, para resposta, no máximo trinta segundos.

II. O pedido de resposta relativo à ofensa veiculada em órgão da imprensa escrita, uma vez deferido, dar-se-á no mesmo veículo, espaço, local, página, tamanho, caracteres e outros elementos de realce usados na ofensa, em até quarenta e oito horas após a decisão, ou, tratando-se de veículo com periodicidade de circulação maior que quarenta e oito horas, na primeira vez em que circular.

III. Se a ofensa for veiculada em propaganda eleitoral na internet, deferido o pedido, a resposta ficará disponível para acesso pelos usuários do serviço de internet pelo mesmo tempo em que esteve disponível a mensagem considerada ofensiva.

Está correto o que consta SOMENTE em

- a) I e II.
- b) II.
- c) I e III.
- d) II e III.
- e) III.

56. (FCC/TRE-PR - 2017) Antenor, candidato a Deputado Estadual, reúne-se com seus assessores para decidir sobre a propaganda eleitoral que será utilizada para a divulgação de sua candidatura. A assessora Laura propõe: a utilização de espaço para veiculação de propaganda em bens particulares, mediante o pagamento de um salário mínimo a cada proprietário desses bens; a assessora Leda propõe a utilização de bandeiras móveis ao longo das vias públicas, sem dificultar o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos; a assessora Lídia propõe a utilização da Linguagem Brasileira de Sinais – LIBRAS ou o recurso de legenda, na propaganda eleitoral gratuita na televisão, atingindo, assim, também os eleitores com deficiência auditiva. Nesse quadro, a propaganda sugerida por Laura

- A) e também por Leda e por Lídia é facultada.
- b) é proibida, a sugerida por Leda é facultada e a sugerida por Lídia é obrigatória.
- c) é facultada, a sugerida por Leda é proibida e a sugerida por Lídia é obrigatória.
- d) é obrigatória, a sugerida por Leda é proibida e a sugerida por Lídia é facultada.
- e) e por Leda é proibida e a sugerida por Lídia é facultada.

57. (FCC/TRE-PR - 2017) Adele, candidata a Deputada Estadual, com a intenção de realizar propaganda eleitoral, colou, dentro do período permitido por lei, um adesivo na extensão total do para-brisa traseiro de seu carro. Diante da situação, a conduta de Adele está

- a) de acordo com a legislação eleitoral, desde que o adesivo colado seja microperfurado.
- b) em desacordo com a legislação eleitoral, pois a propaganda em veículos por meio de adesivos é permitida apenas quando realizada em outras posições, até a dimensão máxima de 40 por 30 centímetros.
- c) em desacordo com a legislação eleitoral, pois a propaganda em veículos por meio de adesivos deve possuir a dimensão máxima de 50 por 40 centímetros, não podendo estender-se até o total do para-brisa traseiro.
- d) em desacordo com a legislação eleitoral, pois é proibida a realização de qualquer tipo de propaganda em veículos.
- e) de acordo com a legislação eleitoral, porque não há nenhuma exigência ou proibição desse tipo de propaganda.

A) Recebido o pedido, a Justiça Eleitoral notificará imediatamente o ofensor para que se defenda em setenta e duas horas, devendo a decisão ser prolatada no prazo máximo de trinta dias da data da formulação do pedido.

B) Da decisão sobre o exercício do direito de resposta cabe recurso às instâncias superiores, em quarenta e oito horas da data de sua publicação em cartório ou sessão.

C) Em se tratando de ofensa veiculada no horário eleitoral gratuito, o meio magnético com a resposta deverá ser entregue à emissora geradora, até trinta e seis horas após a ciência da decisão, para veiculação no programa subsequente do partido ou coligação em cujo horário se praticou a ofensa.

D) O ofendido poderá pedir o exercício do direito de resposta à Justiça Eleitoral em até vinte e quatro horas, contadas a partir do conhecimento da ofensa veiculada no horário eleitoral gratuito.

E) Em se tratando de ofensa veiculada em propaganda eleitoral na internet, a resposta ficará disponível para acesso pelos usuários do serviço de internet por tempo não inferior ao triplo em que esteve disponível a mensagem considerada ofensiva ao candidato.

59. (VUNESP/TJ-MT - 2018) Configura propaganda eleitoral antecipada o seguinte ato, que não poderá 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, discussão de políticas públicas, planos de governo ou alianças partidárias visando às eleições, podendo tais atividades ser divulgadas pelos instrumentos de comunicação intrapartidária.

c) 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.

d) a realização de atividade por partidos políticos e candidatos que envolva pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos.

e) 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.

60. (VUNESP/TJ-MT - 2018) Assinale a alternativa correta sobre a Justiça Eleitoral.

a) É dispensável o esgotamento das instâncias ordinárias para a interposição de recurso especial eleitoral.

b) Conquanto investido de poder de polícia, não tem legitimidade o juiz eleitoral para, de ofício, instaurar procedimento com a finalidade de impor multa pela veiculação de propaganda eleitoral em desacordo com a Lei.

c) Se conhece de recurso especial eleitoral por dissídio jurisprudencial, mesmo que a decisão recorrida esteja em conformidade com a jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral.

d) Nas ações que visem à cassação de registro, diploma ou mandato, não cabe litisconsórcio passivo necessário entre o titular e o respectivo vice da chapa majoritária.

e) Nos processos de registro de candidatura, o Juiz Eleitoral não pode conhecer de ofício da existência de causas de inelegibilidade ou da ausência de condição de elegibilidade, mesmo que resguardados o contraditório e a ampla defesa.

61. (VUNESP/MP-SP - 2018) Na legislatura imediatamente seguinte às eleições de 2018, terão acesso aos recursos do fundo partidário e à propaganda gratuita no rádio e na televisão os partidos políticos que obtiverem nas eleições para a Câmara dos Deputados,

a) no mínimo, 1,5% (um e meio por cento) dos votos válidos, distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação, com um mínimo de 1% (um por cento) dos votos válidos em cada uma delas ou tiverem elegido pelo menos nove deputados federais distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação.

b) no mínimo, 2% (dois por cento) dos votos válidos, distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação, com um mínimo de 1% (um por cento) dos votos válidos em cada uma delas ou tiverem elegido pelo menos onze deputados federais distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação.

c) no mínimo, 3% (três por cento) dos votos válidos, distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação, com um mínimo de 2% (dois por cento) dos votos válidos em cada uma delas ou tiverem elegido pelo menos quinze deputados federais distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação.

d) no mínimo, 3% (três por cento) dos votos válidos, distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação, com um mínimo de 2% (dois por cento) dos votos válidos em cada uma delas e tiverem elegido pelo menos quinze deputados federais distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação.

e) no mínimo, 2,5% (dois e meio por cento) dos votos válidos, distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação, com um mínimo de 1,5% (um e meio por cento) dos votos válidos em cada uma delas ou tiverem elegido pelo menos treze deputados federais distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação.

62. (VUNESP/MP-SP - 2018) Quanto às permissões e vedações no dia da eleição, assinale a alternativa correta.

A) É permitida, quanto à propaganda eleitoral, a publicação de novos conteúdos ou o impulsionamento de conteúdos nas aplicações de internet.

b) É vedada a manifestação individual mesmo que silenciosa da preferência do eleitor por partido político, coligação ou candidato.

c) É permitida a divulgação, a qualquer momento, das pesquisas eleitorais realizadas, inclusive, na data da eleição, durante o horário de votação.

d) É vedado o funcionamento do comércio, mesmo que os estabelecimentos que funcionarem neste dia proporcionem efetivas condições para que seus funcionários possam exercer o direito e o dever do voto.

e) Candidatos e partidos têm até o dia da eleição para arrecadarem recursos e contraírem obrigações, ressalvada a hipótese de arrecadação com o fim exclusivo de quitação de despesas já contraídas e não pagas até essa data.

63. (VUNESP/TJSP - 2018) Relativamente ao direito de resposta no curso do processo eleitoral, assinale a alternativa correta.

a) Tratando-se de propaganda eleitoral na internet, a resposta ficará disponível para acesso pelos usuários por tempo igual àquele em que esteve disponível a mensagem considerada ofensiva.

- (b) Se a ofensa ocorrer em dia e hora que inviabilizem sua reparação dentro do prazo legal, a resposta será divulgada ainda que nas 48 (quarenta e oito) horas anteriores ao pleito, de modo a não ensejar tréplica.
- c) Tratando-se de ofensa veiculada no horário eleitoral gratuito, se o candidato ofendido usar o tempo concedido sem que se dê resposta aos fatos veiculados na ofensa, a sanção consiste na imposição de multa.
- d) Se a ofensa for veiculada no horário eleitoral gratuito, o ofendido usará, para a resposta, tempo igual ao da ofensa, nunca superior a 1 (um) minuto.

64. (VUNESP/TJSP - 2018) Sobre a propaganda eleitoral, assinale a alternativa correta.

- a) Bens de uso comum, para fins de propaganda eleitoral, são aqueles definidos como tal pela lei civil e aos quais a população em geral tem acesso gratuito.
- b) Até o dia das eleições, é facultado às emissoras de rádio e televisão transmitir imagens de consulta popular de natureza eleitoral, inclusive daquelas em que seja possível identificar o entrevistado.
- c) É vedado incluir no horário da propaganda de candidaturas proporcionais a propaganda de candidaturas majoritárias, e vice-versa.
- d) Nos bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do poder público, ou que a ele pertençam, é admitida a veiculação de propaganda de cavaletes e bonecos, desde que não haja prejuízo à circulação.

65. (VUNESP/TJRS - 2018) Acerca do uso da internet em campanhas eleitorais, disciplinado por modificações introduzidas na Lei Federal no 9.504/97, é correto afirmar que

- a) o candidato poderá divulgar sua candidatura em sítios de pessoas jurídicas sem fins lucrativos, desde que o espaço seja fornecido gratuitamente.
- b) nenhuma pessoa jurídica de direito privado, com fins lucrativos, poderá doar ou ceder o cadastro eletrônico de seus clientes em favor de candidatos, partidos ou coligações.
- c) o poder de polícia da Justiça Eleitoral se restringe às providências necessárias para inibir práticas ilegais, sendo, portanto, possível a censura prévia sobre o teor dos programas a serem exibidos na internet.
- d) a propaganda eleitoral na internet é permitida quando se tratar, por exemplo, de menções em redes sociais, cujo conteúdo seja gerado por candidatos, partidos, coligações ou qualquer pessoa natural, sem contratação de impulsionamento de conteúdos.
- e) a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos e a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais, configuram propaganda eleitoral antecipada.

66. (VUNESP/TJ-RJ - 2016) Assinale a alternativa que corretamente discorre sobre aspectos da propaganda eleitoral.

- a) Entende-se como ato de propaganda eleitoral aquele que leva ao conhecimento geral, ainda que de forma dissimulada, a candidatura, mesmo que apenas postulada, a ação política que se pretende desenvolver ou razões que induzem a concluir que o beneficiário é o mais apto ao exercício de função pública.
- b) A exaltação das realizações pessoais de determinada pessoa que já foi candidata a mandato eletivo, que se confunde com a ação política a ser desenvolvida e que traduz a ideia de que seja ela a pessoa mais apta para o exercício da função pública, é circunstância que não configura a prática de propaganda eleitoral, nem desvirtuamento do instituto.

c) A realização de prévias partidárias e sua transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão, a divulgação dos nomes dos filiados que participarão da disputa e a realização de debates entre os pré-candidatos, não configuram propaganda eleitoral antecipada.

d) 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, ainda que sem pedido explícito de voto, caracteriza propaganda eleitoral antecipada vedada.

e) O candidato que exerce a profissão de cantor não pode permanecer exercendo-a em período eleitoral, mesmo que essa atividade não tenha como finalidade a animação de comício ou reunião eleitoral e que não haja nenhuma alusão à candidatura ou à campanha eleitoral, ainda que em caráter subliminar.

67. (VUNESP/Prefeitura de Várzea Paulista-SP - 2016) A propaganda eleitoral, no rádio e na televisão,

a) restringe-se ao horário gratuito definido em lei, sendo, contudo, permitida a veiculação de propaganda paga.

b) será integralmente paga com recursos da legenda, sendo as emissoras responsáveis apenas pela inserção dos programas.

c) de candidato regional, no horário gratuito, não pode utilizar a imagem e a voz de candidato no pleito nacional, ainda que pertençam ao mesmo partido político.

d) de caráter gratuito, deve ser transmitida por emissoras de televisão que operam em VHF e UHF e por todos os canais de televisão por assinatura.

e) no horário gratuito definido em lei, não obsta a transmissão por emissora de rádio ou televisão de debates sobre as eleições majoritária ou proporcional.

68. (VUNESP/MPSP - 2015) No que se refere à propaganda partidária ou eleitoral, no período eleitoral, é correto afirmar que

a) a realização de comícios e a utilização de aparelhagem de sonorização fixa são permitidas no horário compreendido entre as 8 (oito) e as 24 (vinte e quatro) horas.

b) é permitida a realização de showmício e de evento assemelhado para promoção de candidatos, bem como apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício e reunião eleitoral.

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

d) é vedado ao partido político utilizar na propaganda eleitoral de seus candidatos em âmbito regional, inclusive no horário eleitoral gratuito, a imagem e a voz de candidato ou militante de partido político que integre a sua coligação em âmbito nacional.

e) a realização de qualquer ato de propaganda partidária ou eleitoral, em recinto aberto, depende de licença da polícia.

69. (VUNESP/TJ-MS - 2015) No que se refere à propaganda eleitoral na Imprensa, é correto afirmar que são permitidas,

a) até a antevéspera das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 10 (dez) anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada

candidato, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide.

b) até a antevéspera das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 12 (doze) anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada partido, no espaço máximo, por edição, de 1/6 (um sexto) de página de jornal padrão e de 1/3 (um terço) de página de revista ou tabloide.

c) até o dia das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 7 (sete) anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada partido, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide.

d) até o dia das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 5 (cinco) anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada candidato, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide.

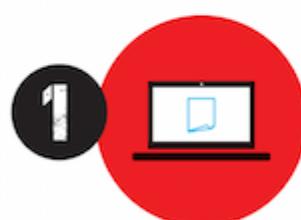
e) até o dia das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 12 (doze) anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada partido, no espaço máximo, por edição, de 1/6 (um sexto) de página de jornal padrão e de 1/3 (um terço) de página de revista ou tabloide.

GABARITO

- | | |
|----------------------|----------------------|
| 1. B | 43. A |
| 2. B | 44. A |
| 3. D | 45. A |
| 4. E | 46. C |
| 5. E | 47. A |
| 6. B | 48. B |
| 7. C | 49. B |
| 8. C | 50. D |
| 9. D | 51. A |
| 10. C | 52. INCORRETA |
| 11. C | 53. ANULADA |
| 12. D | 54. E |
| 13. E | 55. B |
| 14. E | 56. B |
| 15. C | 57. A |
| 16. D | 58. C |
| 17. C | 59. D |
| 18. C | 60. B |
| 19. E | 61. A |
| 20. E | 62. E |
| 21. D | 63. B |
| 22. C | 64. C |
| 23. B | 65. D |
| 24. INCORRETA | 66. A |
| 25. B | 67. E |
| 26. C | 68. A |
| 27. CORRETA | 69. A |
| 28. C | |
| 29. B | |
| 30. B | |
| 31. D | |
| 32. D | |
| 33. C | |
| 34. A | |
| 35. C | |
| 36. B | |
| 37. E | |
| 38. A | |
| 39. D | |
| 40. E | |
| 41. E | |
| 42. D | |

ESSA LEI TODO MUNDO CONHECE: PIRATARIA É CRIME.

Mas é sempre bom revisar o porquê e como você pode ser prejudicado com essa prática.



1

Professor investe seu tempo para elaborar os cursos e o site os coloca à venda.



2

Pirata divulga ilicitamente (grupos de rateio), utilizando-se do anonimato, nomes falsos ou laranjas (geralmente o pirata se anuncia como formador de "grupos solidários" de rateio que não visam lucro).



3

Pirata cria alunos fake praticando falsidade ideológica, comprando cursos do site em nome de pessoas aleatórias (usando nome, CPF, endereço e telefone de terceiros sem autorização).



4

Pirata compra, muitas vezes, clonando cartões de crédito (por vezes o sistema anti-fraude não consegue identificar o golpe a tempo).



5

Pirata fere os Termos de Uso, adultera as aulas e retira a identificação dos arquivos PDF (justamente porque a atividade é ilegal e ele não quer que seus fakes sejam identificados).



6

Pirata revende as aulas protegidas por direitos autorais, praticando concorrência desleal e em flagrante desrespeito à Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610/98).



7

Concursado(a) desinformado participa de rateio, achando que nada disso está acontecendo e esperando se tornar servidor público para exigir o cumprimento das leis.



8

O professor que elaborou o curso não ganha nada, o site não recebe nada, e a pessoa que praticou todos os ilícitos anteriores (pirata) fica com o lucro.