



**Eleições 2020**

# PROPAGANDA ELEITORAL

---

Com base na Emenda Constitucional nº 107/2020,  
Lei nº 9.504/97, e Resolução/TSE nº 23.610.

# SUMÁRIO

<b>1. REGRAS GERAIS DE PROPAGANDA ELEITORAL .....</b>	<b>03</b>
1.1. Proibições na Propaganda Eleitoral .....	05
1.2. Hipóteses que não configuram propaganda eleitoral antecipada .....	08
<b>2. PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET .....</b>	<b>10</b>
2.1. Formas de Propaganda na Internet .....	11
2.1.1. Impulsionamento .....	12
2.2. Proibições de Propaganda Eleitoral na Internet .....	13
2.3. Outras Proibições .....	15
<b>3. FAKE NEWS NAS ELEIÇÕES .....</b>	<b>16</b>
<b>4. PROPAGANDA ELEITORAL POR MEIO DE ALTO-FALANTES.....</b>	<b>19</b>
<b>5. PROPAGANDA ELEITORAL NA IMPRENSA.....</b>	<b>21</b>
<b>6. PROGRAMAÇÃO NORMAL E NOTICIÁRIO NA RÁDIO E NA TV .....</b>	<b>22</b>
<b>7. PROPAGANDA ELEITORAL GRATUITA NA RÁDIO E NA TV - REGRAS GERAIS .....</b>	<b>24</b>
7.1. Critérios para distribuição do tempo entre os partidos .....	27
7.2. Período reservado ao horário eleitoral gratuito .....	30
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>32</b>

# 1. REGRAS GERAIS DE PROPAGANDA ELEITORAL

Inicialmente, faz-se pertinente delimitar o conceito de propaganda eleitoral, que, para a doutrina eleitoralista, é aquela *“elaborada por partidos políticos e candidatos com a finalidade de captar votos do eleitorado para investidura em cargo público-eletivo. Caracteriza-se por levar ao conhecimento público, ainda que de maneira disfarçada ou dissimulada, candidatura ou os motivos que induzam à conclusão de que o beneficiário é o mais apto para o cargo em disputa. Nessa linha, constitui propaganda eleitoral aquela adrede preparada para influir na vontade do eleitor, em que a mensagem é orientada à atração e conquista de votos”*.<sup>1</sup>

Regulamentada a partir do art. 36, da Lei 9.504/97, e, para as eleições de 2020, pela Resolução/TSE nº 23.610, a propaganda eleitoral ordinariamente é permitida a partir do dia 16 de agosto do ano da eleição. Porém, com a promulgação da Emenda Constitucional nº 107/2020, que adiou as datas das eleições de 2020 para os dias 15/11 e 29/11, a propaganda eleitoral dos candidatos a chefe do Poder Executivo e ao Poder Legislativo em âmbito municipal somente será permitida a partir do dia **26 de setembro do corrente ano**.

Na propaganda para a **eleição majoritária**, ou seja, dos candidatos a **Prefeito e Vice-Prefeito**, é obrigatória a utilização:

- ▶ Do **nome da coligação**;
  - ▶ Das legendas de **todos os partidos políticos que integram a coligação**;
  - ▶ Dos nomes dos **candidatos a vice**, de modo claro e legível, em **tamanho não inferior a 30% (trinta por cento)** do nome do candidato a prefeito, considerando-se os tamanhos das fontes (altura e comprimento das letras) empregadas na grafia dos nomes dos candidatos.
- Aos **partidos políticos** é assegurado o direito de fazer inscrever, na **fachada de suas sedes e dependências**, o nome que os designe, pela **forma que melhor lhes parecer**, independentemente de licença da autoridade pública e do pagamento de qualquer contribuição.

Os candidatos, os partidos políticos e as coligações deverão respeitar os seguintes limites:

- ▶ **4m<sup>2</sup>** (quatro metros quadrados) na **sede do comitê central de campanha**, cujo endereço **deverá ser informado no requerimento de registro de candidatura e no demonstrativo de regularidade de dados partidários**;
  - ▶ **0,5m<sup>2</sup>** (meio metro quadrado) nos demais comitês de campanha, que não o central.
- **É irregular a justaposição de propagandas** de modo a exceder os limites dessas dimensões, em razão do efeito visual único, ainda que se tenha respeitado, individualmente, os limites respectivos.

# REGRAS GERAIS DE PROPAGANDA ELEITORAL

A veiculação de propaganda eleitoral por meio de distribuição de material impresso, a exemplo de folhetos, adesivos, volantes, etc., independe da obtenção de licença municipal e de autorização da Justiça Eleitoral, e sujeitam-se às seguintes regras:

- Devem ser editados sob a responsabilidade do partido político, da coligação ou do candidato;
- É facultativa a impressão dos conteúdos em braile;
- Deverão respeitar a dimensão máxima de 0,5 m<sup>2</sup> (meio metro quadrado);
- Deverá conter o número de inscrição no CNPJ ou o número de inscrição no CPF do responsável pela confecção, bem como de quem a contratou, e a respectiva tiragem.

Vale observar que a Lei 9.504/97 expressamente restringe a propaganda eleitoral no rádio e na televisão exclusivamente nos horários gratuitos previamente fixados pela Justiça Eleitoral, sendo proibido qualquer tipo de propaganda política paga no rádio e na televisão.

Além disso, 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.



# 1.1. PROIBIÇÕES NA PROPAGANDA ELEITORAL

São **proibidos** na campanha eleitoral a **confeção, utilização, e distribuição** por comitê ou candidato, ou com a sua autorização, quaisquer bens ou materiais que possam proporcionar vantagem ao eleitor, a exemplo de:

- **Camisetas;**
- **Chaveiros;**
- **Bonés;**
- **Canetas;**
- **Brindes;**
- **Cestas básicas, etc.**

É proibida a veiculação de propaganda de qualquer natureza nos bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do poder público, ou que a ele pertençam, e nos bens de uso comum, inclusive pichação, inscrição a tinta e exposição de placas, estandartes, faixas, cavaletes, bonecos e assemelhados, a exemplo de:

- **Postes de iluminação pública;**
- **Sinalização de tráfego;**
- **Viadutos;**
- **Passarelas;**
- **Pontes;**
- **Paradas de ônibus e outros equipamentos urbanos,**

Bens de uso comum, para fins eleitorais, são aqueles a que a população em geral tem acesso, tais como cinemas, clubes, lojas, centros comerciais, templos, ginásios, estádios, ainda que de propriedade privada;

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

— É permitida, entre as 6 (seis) e as 22h (vinte e duas horas), 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.



É **proibida** a propaganda eleitoral por meio de **outdoors, inclusive eletrônicos**, ou de quaisquer equipamentos publicitários ou conjunto de peças de propaganda, justapostas ou não, que se assemelhem ou causem efeito visual de outdoor.

É proibida 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;
- **Adesivo plástico** em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, desde que não exceda a **0,5m<sup>2</sup> (meio metro quadrado)**.

- A justaposição de propaganda cuja dimensão exceda a 0,5m<sup>2</sup> (meio metro quadrado) caracteriza publicidade irregular, em razão do efeito visual único, ainda que se tenha respeitado o limite individualmente;
- A veiculação de propaganda eleitoral em bens particulares deve ser **espontânea e gratuita**, sendo vedado qualquer tipo de pagamento em troca de espaço para essa finalidade;
- Nos veículos são permitidos apenas adesivos micro-perfurados até a extensão total do para-brisa traseiro e, em outras posições, adesivos que não excedam a 0,5m<sup>2</sup> (meio metro quadrado).



## É expressamente proibida propaganda eleitoral:

Que veicule preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação;

Que utilize símbolos, frases ou imagens, associadas ou semelhantes às empregadas por órgão de governo, empresa pública ou sociedade de economia mista;

De guerra, de processos violentos para subverter o regime, a ordem política e social ou de preconceitos de raça ou de classes;

Que provoque animosidade entre as Forças Armadas ou contra elas, ou delas contra as classes e instituições civis;

De incitamento de atentado contra pessoa ou bens;

De instigação à desobediência coletiva ao cumprimento da lei de ordem pública;

Que implique em oferecimento, promessa ou solicitação de dinheiro, dádiva, rifa, sorteio ou vantagem de qualquer natureza;

Que perturbe o sossego público, com algazarra ou abusos de instrumentos sonoros ou sinais acústicos;

Por meio de impressos ou de objeto que pessoa inexperiente ou rústica possa confundir com moeda;

Que prejudique a higiene e a estética urbana ou contravenha a posturas municipais ou a outra qualquer restrição de direito; e

Que caluniar, difamar ou injuriar quaisquer pessoas, bem como órgãos ou entidades que exerçam autoridade pública.



## 1.2. HIPÓTESES QUE NÃO CONFIGURAM PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA

O art. 36-A, da Lei 9.504/97 expressamente dispõe que **não configuram propaganda eleitoral antecipada**, desde que não envolvam *pedido explícito de voto*, **a menção à pretensa candidatura**, **a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos**, e os seguintes atos, que poderão ter *cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via Internet*:

▶ A 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 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;

▶ A realização de prévias partidárias, desde que sem transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão, 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;

▶ A divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se faça pedido de votos;

▶ A divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais;

▶ 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;

▶ Campanha de arrecadação prévia de recursos na modalidade crowdfunding.



O Tribunal Superior Eleitoral fixou os seguintes **critérios<sup>2</sup> para identificação dos limites para a propaganda no período pré-eleitoral:**

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

**Desde que respeitem a regra básica de não pedir votos explícita ou implicitamente, os pré-candidatos podem lançar mão de estratégias de divulgação de suas qualidades pessoais e projetos**, bastando que não usem as formas vedadas no período de campanha, a exemplo de outdoors, brindes, propaganda paga no rádio e na televisão, etc.

## 2. PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET

No meio virtual, assim como nos demais veículos lícitos de propaganda, é assegurada a **livre manifestação do pensamento**, desde que mediante a possibilidade de identificação do eleitor, ou seja, **inadmitindo-se o anonimato**.

Assim, qualquer limitação à livre manifestação de pensamento na internet somente é possível quando **ofender a honra ou a imagem** de candidatos, partidos ou coligações, ou **divulgar fatos sabidamente inverídicos**, inclusive em relação às manifestações ocorridas antes do dia 26/09/2020, ainda que delas conste mensagem de apoio ou crítica a partido político ou a candidato, próprias do debate político e democrático.



## 2.1. FORMAS DE PROPAGANDA NA INTERNET



Dispõe o art. 57-B, da Lei nº 9.504/97, que a propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas:

- No **site do candidato**, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de aplicação de internet estabelecido no país;
- No **site do partido político** ou da coligação, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de aplicação de internet estabelecido no país;
- Por meio de **mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente** pelo candidato, pelo partido político ou pela coligação, observadas as disposições da Lei Geral de Proteção de Dados quanto ao consentimento do titular;
- Por meio de **blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicativos de mensagens instantâneas**, cujo conteúdo seja gerado ou editado por:
  - ▶ candidatos, partidos políticos ou coligações, desde que **não contratem disparo em massa** de conteúdo; ou
  - ▶ qualquer pessoa natural, sendo **proibida a contratação de impulsionamento e de disparo em massa** de conteúdo.



## 2.1.1. IMPULSIONAMENTO

Considera-se impulsionamento de conteúdo o mecanismo ou serviço que, mediante contratação com os provedores de aplicação de internet, potencializem o alcance e a divulgação da informação para atingir usuários que, normalmente, não teriam acesso ao seu conteúdo, incluída entre as formas de impulsionamento a priorização paga de conteúdos resultantes de aplicações de busca na internet.

É **permitido o impulsionamento** de conteúdos na internet, desde que:

- ▶ **Identificado de forma inequívoca** que se trata de conteúdo impulsionado;
- ▶ Contratado **exclusivamente por partidos políticos**, coligações e candidatos e seus representantes;
- ▶ 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, **sendo proibida a realização de propaganda negativa**;
- ▶ Contenha, de forma clara e legível, o número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) ou o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) do responsável, além da expressão *“Propaganda Eleitoral”*.



## 2.2. PROIBIÇÕES DE PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET

---

▶ **É proibida a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet;**

▶ É proibida, ainda que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral na internet em sites:

- De pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos;
- Oficiais ou hospedados por órgãos ou por entidades da administração pública direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.



## Observações:

▶ Os endereços eletrônicos utilizados pelos candidatos, partidos ou coligações deverão ser comunicados à Justiça Eleitoral no requerimento de registro de candidatura ou no demonstrativo de regularidade de dados partidários;

▶ É permitida a utilização, durante todo o pleito eleitoral, dos mesmos endereços eletrônicos em uso antes do início da propaganda eleitoral;

▶ Não é admitida a veiculação de conteúdo de cunho eleitoral mediante cadastro de usuário de aplicação de internet com a intenção de falsear identidade;

▶ É proibida 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;

▶ A manifestação espontânea na internet de pessoas naturais em matéria político-eleitoral, mesmo que sob a forma de elogio ou crítica a candidato ou partido político, não será considerada propaganda eleitoral;

▶ Considera-se forma de impulsionamento de conteúdo a priorização paga de conteúdos resultantes de aplicações de busca na internet;

▶ 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;

▶ O desrespeito a essas regras sujeita o usuário responsável pelo conteúdo e 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;

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

▶ As mensagens eletrônicas e as mensagens instantâneas enviadas consensualmente por pessoa natural, de forma privada ou em grupos restritos de participantes, não se submetem às normas sobre propaganda eleitoral.



## 2.3. OUTRAS PROIBIÇÕES

Além das proibições já mencionadas, também são vedadas as seguintes formas de propaganda eleitoral na internet, sob pena de multa no valor de R\$ 5.000,00 a R\$ 30.000,00 aos responsáveis e beneficiários, além de eventuais outras sanções cíveis ou criminais previstas em lei:

▶ **Venda de cadastro de endereços eletrônicos**, tanto por pessoas físicas quanto por pessoas jurídicas;

▶ Realização de propaganda via **telemarketing** em qualquer horário, bem como por meio de disparo em massa de mensagens instantâneas sem anuência do destinatário;

▶ Realização de propaganda eleitoral na internet **atribuindo indevidamente sua autoria a terceiro**, inclusive candidato, partido político ou coligação;

▶ **Utilização, doação ou cessão de dados pessoais de seus clientes**, em favor de candidatos, de partidos políticos ou de coligações, por:

- Pessoas jurídicas de direito privado;
- Entidade ou governo estrangeiro;
- Órgão da administração pública direta e indireta ou fundação mantida com recursos provenientes do Poder Público;
- Concessionário ou permissionário de serviço público;
- Entidade de direito privado que receba, na condição de beneficiária, contribuição compulsória em virtude de disposição legal;
- Entidade de utilidade pública;
- Entidade de classe ou sindical;
- Pessoa jurídica sem fins lucrativos que receba recursos do exterior;
- Entidades beneficentes e religiosas;
- Entidades esportivas;
- Organizações não-governamentais que recebam recursos públicos;
- Organizações da sociedade civil de interesse público.



### 3. FAKE NEWS NAS ELEIÇÕES

Dispõe o art. 9º, da Resolução/TSE nº 23.610, que “a utilização, na propaganda eleitoral, de qualquer modalidade de conteúdo, inclusive veiculado por terceiros, pressupõe que o candidato, o partido ou a coligação tenha verificado a presença de elementos que permitam concluir, com razoável segurança, pela fidedignidade da informação”, assegurando-se aos ofendidos o Direito de Resposta, e aos responsáveis eventuais sanções por veiculação de propaganda eleitoral irregular, sem prejuízo de eventuais sanções de natureza penal e civil.

O objetivo dessa norma é combater não só a propagação de notícias caluniosas, injuriosas e difamatórias, mas principalmente a **desinformação na propaganda eleitoral**, na esteira das providências que o Tribunal Superior Eleitoral vem tomando desde as eleições de 2018, ocasião em que o Ministro Luiz Fux, que à época compunha o TSE, avaliou que “notícias falsas, fake news, derretem candidaturas legítimas. Uma campanha limpa se faz com a divulgação de virtudes de um candidato sobre o outro, e não com a difusão de atributos negativos pessoais que atingem irresponsavelmente uma candidatura”.

Em função da necessidade de combate às *fake news*, considerando-se o inquestionável prejuízo que as notícias falsas destinadas a desinformar o eleitor podem acarretar não só ao processo eleitoral, mas à democracia, o Tribunal Superior Eleitoral patrocinará uma campanha de combate à desinformação com a mensagem “*Se for fake news, não transmita*”, cujo objetivo é abordar a disseminação de notícias falsas no dia a dia da sociedade, com ênfase no impacto negativo desse fenômeno nos processos democrático e eleitoral brasileiros, bem como na vida dos cidadãos.



O combate à desinformação é um dos compromissos da gestão do ministro Luís Roberto Barroso, atual presidente do TSE, seguidamente enfatiza o papel da Justiça Eleitoral em assegurar a democracia brasileira e a preocupação da Corte com campanhas de desinformação, de difamação e de ódio na internet. Para o ministro, “*as mídias sociais, as plataformas de internet, os veículos de imprensa e a própria sociedade são os principais atores no enfrentamento da desinformação*”, uma vez que, segundo sua avaliação, a Justiça Eleitoral tem um papel importante, porém residual, no enfrentamento das *fake news*, pois o Judiciário não tem nenhuma intenção de se tornar censor da liberdade de expressão das pessoas.

Voltado ao processo eleitoral deste ano, o TSE mantém, desde agosto de 2019, o **Programa de Enfrentamento à Desinformação com Foco nas Eleições 2020**, que conta com a parceria de partidos políticos, entidades públicas e privadas, associações de imprensa, plataformas de mídias sociais, serviços de mensagens e agências de checagem, que se comprometeram a trabalhar com a Justiça Eleitoral para minimizar os efeitos negativos provocados pela desinformação no processo eleitoral brasileiro.

O TSE também mantém uma página<sup>4</sup> específica na internet com diversos conteúdos sobre o tema, onde é possível encontrar esclarecimentos sobre informações falsas divulgadas durante as Eleições Gerais de 2018 envolvendo a Justiça Eleitoral, a urna eletrônica e o voto. O cidadão também tem acesso a uma série de vídeos explicativos produzidos pelo Núcleo de Rádio e TV da Assessoria de Comunicação do Tribunal.

Além de se utilizar desses canais oficiais disponibilizados pela Justiça Eleitoral, alguns **cuidados simples** podem evitar um dano incalculável à imagem e à honra de terceiros, candidatos ou não, que podem acarretar, ao responsável, sanções não só de natureza eleitoral, mas também nas esferas cível e criminal.



É importante reiterar a orientação de não compartilhar ou comentar informações **sem uma pesquisa prévia sobre a veracidade do conteúdo**, além da análise da **possibilidade de ocorrência de dano** a terceiro. Checar a fonte é imprescindível, pois é notória a existência de sites e perfis criados justamente para falsear a realidade dos fatos.

Outra providência simples é **ler a notícia completa não somente sua chamada**, pois é comum que o texto ou o vídeo não condigam com o que a chamada, por vezes sensacionalista, promete.

Além disso, outra sugestão é **pesquisar sobre o fato nos sites de busca**, pois assim, de forma rápida, o leitor poderá confirmar a veracidade ou constatar se tratar de uma *fake news*. Também é importante verificar a **data da postagem**, pois às vezes já ocorreu o desmentido ou a notícia que era verdadeira se tonou superada.

Em tempos de ânimos políticos acirrados, especialmente durante o período eleitoral, deve-se permitir a manifestação do pensamento, porém sem olvidar-se das consequências dos atos na internet.

## 4. PROPAGANDA ELEITORAL POR MEIO DE ALTO-FALANTES

A utilização de **alto-falantes** ou **amplificadores de som** para veiculação de campanha eleitoral deverá respeitar as seguintes **regras e limites**:

- É permitido até a **véspera da eleição**;
- Poderá ser utilizado entre as **8 (oito) e as 22h (vinte e duas horas)**;
- Deverá ser instalado em distância **superior a 200m (duzentos metros)** dos seguintes locais:
  - Sedes dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, em qualquer âmbito;
  - Quartéis e outros estabelecimentos militares;
  - Hospitais e casas de saúde;
  - Escolas, bibliotecas públicas, igrejas e teatros, quando em funcionamento.

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



## Observações:

▲ É **proibida a utilização de trios elétricos** em campanhas eleitorais, exceto para a sonorização de comícios;

▲ A utilização de carro de som ou “**minitrio**” é permitida apenas em **carreatas, caminhadas e passeatas** ou **durante reuniões e comícios**, e desde que observado o limite de 80dB (oitenta decibéis) de nível de pressão sonora, medido a 7m (sete metros) de distância do veículo, considerando-se, para fins eleitorais:

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

— **“Minitrio”:** veículo automotor que use equipamento de som com potência nominal de amplificação maior que 10.000W (dez mil watts) e até 20.000W (vinte mil watts);

— **Trio elétrico:** veículo automotor que use equipamento de som com potência nominal de amplificação maior que 20.000W (vinte mil watts).

▲ Até as 22h (vinte e duas horas) do dia que antecede o da eleição, serão permitidos distribuição de material gráfico, caminhada, carreta ou passeata, acompanhadas ou não por carro de som ou “minitrio”;

▲ São proibidas a realização de showmício e de evento assemechado para promoção de candidatos e a apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício e reunião eleitoral, à exceção de candidatos que sejam profissionais da classe artística cantores, atores e apresentadores, que poderão exercer as atividades normais de sua profissão durante o período eleitoral, exceto em programas de rádio e de televisão, na animação de comício ou para divulgação, ainda que de forma dissimulada, de sua candidatura ou de campanha eleitoral.

## 5. PROPAGANDA ELEITORAL NA IMPRENSA

São permitidas, até a antevéspera das eleições, a divulgação paga de propaganda eleitoral na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, limitada a até 10 (dez) anúncios 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, devendo-se respeitar as seguintes regras e limites:

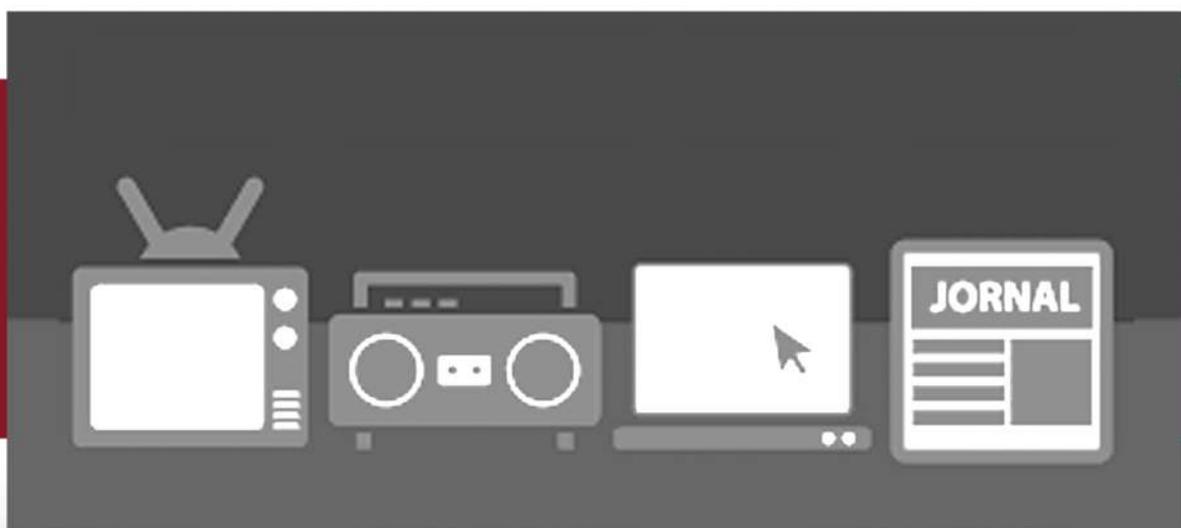
- ▶ Deverá constar do anúncio, de forma visível, o valor pago pela inserção;
- ▶ Ao jornal de dimensão diversa do padrão e do tabloide, aplica-se essa regra de acordo com o tipo de que mais se aproxime;
- ▶ Não caracterizará propaganda eleitoral a divulgação de opinião favorável a candidato, a partido político ou a coligação pela imprensa escrita, desde que não seja matéria paga;
- ▶ É autorizada a reprodução virtual das páginas do jornal impresso na internet, desde que seja feita no sítio eletrônico do próprio jornal, independentemente do seu conteúdo, devendo ser respeitados integralmente o formato gráfico e o conteúdo editorial da versão impressa;
- ▶ O limite de anúncios será verificado de acordo com a imagem ou o nome do respectivo candidato, independentemente de quem tenha contratado a divulgação da propaganda.



## 6. PROGRAMAÇÃO NORMAL E NOTICIÁRIO NA RÁDIO E NA TV

**A partir do dia 17 de setembro de 2020** ficam proibidas as emisoras de rádio e de televisão, **em sua programação normal e noticiário:**

- Transmitir, ainda que sob a forma de entrevista jornalística, **imagens de realização de pesquisa** ou qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral em que seja possível identificar o entrevistado ou em que haja manipulação de dados;
- Veicular **propaganda política;**
- Dar **tratamento privilegiado** a candidato, partido político ou coligação;
- Veicular ou divulgar filmes, novelas, minisséries ou qualquer outro **programa com alusão ou crítica a candidato ou a partido político**, mesmo que dissimuladamente, exceto programas jornalísticos ou debates políticos;
- Divulgar nome de programa que se refira a candidato escolhido em convenção, ainda quando preexistente, inclusive se coincidente com o nome do candidato ou o nome por ele indicado para uso na



## Observações:

▶ O convite aos **candidatos mais bem colocados nas pesquisas eleitorais** para participar de entrevistas não configura, por si só, tratamento privilegiado, desde que não configurados abusos ou excessos, os quais poderão ser apurados pela Justiça Eleitoral;

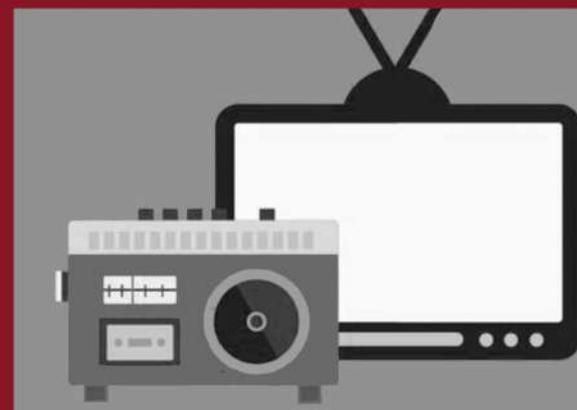
▶ A partir do dia **11 de agosto de 2020** as emissoras de rádio e TV ficam proibidas de **transmitir programa apresentado ou comentado por pré-candidato**, sob pena, no caso de sua escolha na convenção partidária, de imposição da multa e de cancelamento do registro da candidatura do beneficiário.

## 7. PROPAGANDA ELEITORAL GRATUITA NA RÁDIO E NA TV - REGRAS GERAIS

A Lei nº 9.504/97 proíbe expressamente a **veiculação de propaganda eleitoral paga** na rádio e na televisão, restringindo-se exclusivamente ao **horário gratuito**, que nas eleições municipais de 2020, em função do adiamento promovido pela EC 107/2020, veiculará propaganda dos candidatos a prefeito e vereador a partir do dia **9 de outubro e até o dia 11 de novembro de 2020** (considerando-se o primeiro turno).

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

Nas eleições municipais, a transmissão da propaganda no horário eleitoral gratuito será **assegurada nos municípios em que haja emissora** de rádio e de televisão, e nas localidades em que seja operacionalmente viável realizar a **retransmissão**.



## A propaganda eleitoral gratuita na televisão deverá obedecer às seguintes regras:

- Utilizar subtítuloção por meio de legenda oculta, janela com intérprete de LIBRAS e audiodescrição;
- Não é permitida a utilização comercial ou propaganda realizada com a intenção, ainda que disfarçada ou subliminar, de promover marca ou produto;
- A lei assegura que não serão admitidos cortes instantâneos ou qualquer tipo de **censura prévia** nos programas eleitorais gratuitos;
- É proibida a veiculação de propaganda que possa **degradar ou ridicularizar** candidatos, sujeitando-se o partido político ou a coligação que cometeu infração à perda do direito à veiculação de propaganda no horário eleitoral gratuito, e até a **suspensão temporária** no programa eleitoral gratuito no caso de reiteração de conduta;
- Os partidos políticos e coligações são proibidos de incluir, no horário destinado aos candidatos às eleições proporcionais, propaganda das candidaturas a eleições majoritárias ou vice-versa, ressalvada a utilização, durante a exibição do programa, de legendas com referência aos candidatos majoritários, ou, ao fundo, de cartazes ou fotografias desses candidatos, ficando autorizada a menção ao nome e ao número de qualquer candidato do partido político ou da coligação (  proibição da chamada **“invasão”**);
- É facultada a inserção de **depoimento** de candidatos a eleições proporcionais no horário da propaganda das candidaturas majoritárias e vice-versa, registrados sob o mesmo partido político ou coligação, desde que o depoimento consista exclusivamente em pedido de voto ao candidato que cedeu o tempo e não exceda **25% (vinte e cinco por cento) do tempo de cada programa ou inserção**;
- Nos programas e inserções de rádio e de televisão destinados à propaganda eleitoral gratuita de cada partido político ou coligação, só poderão aparecer, em gravações internas e externas, candidatos, caracteres com propostas, fotos, jingles, clipes com música ou vinhetas, inclusive de passagem, com indicação do número do candidato ou do partido político, bem como de seus apoiadores, que poderão dispor de até 25% (vinte e cinco por cento) do tempo de cada programa ou inserção, sendo vedadas montagens, trucagens, computação gráfica, desenhos animados e efeitos especiais;

# PROPAGANDA ELEITORAL GRATUITA NA RÁDIO E NA TV - REGRAS GERAIS

- No segundo turno das eleições, não será permitida a participação de filiados a partidos políticos que tenham formalizado o **apoio a outros candidatos**;
- Será permitida a veiculação de entrevistas com o candidato e de cenas externas nas quais ele, pessoalmente, exponha:
  - Realizações de governo ou da administração pública;
  - Falhas administrativas e deficiências verificadas em obras e serviços públicos em geral;
  - Atos parlamentares e debates legislativos.
- Na propaganda eleitoral gratuita, é vedado ao partido político, à coligação ou ao candidato transmitir, ainda que sob a forma de entrevista jornalística, **imagens de realização de pesquisa** ou qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral **em que seja possível identificar o entrevistado ou em que haja manipulação de dados**;
- Durante toda a transmissão pela televisão, em bloco ou em inserções, a propaganda deverá ser identificada, sob responsabilidade dos partidos políticos e coligações, pela legenda **“Propaganda Eleitoral Gratuita”**;
- Na divulgação de pesquisas, no horário eleitoral gratuito, devem ser informados, com clareza, o período de sua realização e a margem de erro, não sendo obrigatória a menção aos concorrentes, desde que o modo de apresentação dos resultados não induza o eleitor em erro quanto ao desempenho do candidato em relação aos demais.



## 7.1. CRITÉRIOS PARA DISTRIBUIÇÃO DO TEMPO ENTRE OS PARTIDOS

Somente terão acesso gratuito ao rádio e à televisão, a teor do art. 17, § 1º, da Constituição Federal, os **partidos políticos** que, alternativamente:

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

Tiverem eleito **pelo menos 15 (quinze) Deputados Federais** distribuídos em **pelo menos um terço** das unidades da Federação.

Attingido esse desempenho, a distribuição dos horários reservados à propaganda eleitoral gratuita na rádio e na TV, pela Justiça Eleitoral, entre os partidos políticos e coligações que tenham candidatos registrados nas eleições para prefeito e vereador, deverá observar os seguintes critérios, tanto para distribuição em rede (bloco da programação) quanto para inserções (comerciais):

**90% (noventa por cento)** distribuídos proporcionalmente ao **número de representantes na Câmara dos Deputados**<sup>5</sup>, considerando, no caso de coligações para as eleições majoritárias, o resultado da **soma** do número de representantes dos **seis maiores partidos políticos** que a integrem;

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

<sup>5</sup> <https://www.camara.leg.br/deputados/bancada-na-eleicao>



## Observações:

Para fins de **divisão do tempo** destinado à propaganda no rádio e na televisão por meio do horário eleitoral gratuito, **31 de agosto de 2020** será a data a ser considerada para o **cálculo da representatividade na Câmara dos Deputados** resultante de eventuais novas totalizações do **resultado das eleições de 2018**;

O número de representantes de partido político que tenha resultado de fusão ou a que se tenha incorporado outro corresponde à soma das vagas obtidas pelo partido político de origem na eleição;

Serão **desconsideradas as mudanças de filiação partidária**, ressalvada a hipótese de criação de nova legenda, quando prevalecerá a representatividade política conferida aos parlamentares que migraram diretamente dos partidos políticos pelos quais foram eleitos para o novo partido político, no momento de sua criação;

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

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

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

# CRITÉRIOS PARA DISTRIBUIÇÃO DO TEMPO ENTRE OS PARTIDOS

Na distribuição do tempo de propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão, os partidos políticos e coligações **devem observar os percentuais mínimos de candidatura por gênero;**

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

Nas eleições para vereador, se um partido político deixar de concorrer definitivamente em qualquer etapa do pleito, será feita nova distribuição do tempo entre os remanescentes;

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

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



## 7.2. PERÍODO RESERVADO AO HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO

Após a Lei nº 13.165/2015, apenas os **candidatos a prefeito** veicularão propaganda eleitoral gratuita **em rede** (bloco da programação), cujo horário será reservado pelas emissoras de rádio e de televisão da seguinte forma, observado o **horário de Brasília, de segunda a sábado**:

- Das 7h (sete horas) às 7h10 (sete horas e dez minutos) e das 12h (doze horas) às 12h10 (doze horas e dez minutos), na rádio;
- Das 13h (treze horas) às 13h10 (treze horas e dez minutos) e das 20h30 (vinte horas e trinta minutos) às 20h40 (vinte horas e quarenta minutos), na televisão.

Já as inserções, nas eleições municipais, serão veiculadas de acordo com as seguintes regras:

- **70 (setenta) minutos diários;**
- Comerciais de **30 (trinta) e/ou 60 (sessenta) segundos;**
- Divisão na proporção de **60% para prefeito** e de **40% para vereador;**
- Veiculação entre as 5h (cinco horas) e as 24h (vinte e quatro horas);
- A distribuição levará em conta os seguintes blocos de audiência:
  - a) entre as 5h (cinco horas) e as 11h (onze horas);
  - b) entre as 11h (onze horas) e as 18h (dezoito horas);
  - c) entre as 18h (dezoito horas) e as 24h (vinte e quatro horas);



## Observações:

- ▶ É proibida a **veiculação de inserções idênticas no mesmo intervalo de programação**, exceto se o número de inserções de que dispuser o partido político exceder os intervalos disponíveis ou se o material apresentado pelo partido político impossibilitar a veiculação de acordo com as regras;
- ▶ É proibida a **transmissão em sequência para o mesmo partido político**;
- ▶ A distribuição das inserções dentro da grade de programação deverá ser feita de modo uniforme e com espaçamento equilibrado;
- ▶ Os partidos políticos e as coligações poderão optar por agrupar as inserções de 30 (trinta) segundos em módulos de 60 (sessenta) segundos dentro de um mesmo bloco;
- ▶ Nas eleições municipais, somente serão exibidas as inserções de televisão nos municípios em que houver estação geradora de serviços de radiodifusão de sons e imagens.

# REFERÊNCIAS

Constituição da República Federativa do Brasil, de 5 de outubro de 1988.  
Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l4737.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4737.htm)

Emenda Constitucional nº 107, de 2 de julho de 2020. Adia, em razão da pandemia da Covid-19, as eleições municipais de outubro de 2020 e os prazos eleitorais respectivos.  
Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/emendas/emc/emc107.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc107.htm)

Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965. Institui o Código Eleitoral.  
Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L4737.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L4737.htm)

Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. Estabelece normas para as eleições.  
Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9504.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm)

Câmara dos Deputados  
Disponível em <https://www.camara.leg.br/>

Tribunal Superior Eleitoral  
Disponível em <http://www.tse.jus.br/>

Supremo Tribunal Federal  
Disponível em <http://portal.stf.jus.br/>

GOMES, José Jairo. Direito eleitoral. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

**PRODUZIDO POR:**  
**VIEIRA BARBOSA & CARNEIRO – ADVOGADOS**  
Departamento de Direito Eleitoral

**Maiores informações disponíveis no site  
institucional [www.vbcadvogados.com.br](http://www.vbcadvogados.com.br)**

**Setembro, 2020**