

## Introdução

A propaganda eleitoral tradicional, assim chamada por sua usual veiculação em jornais, rádios, televisões e “santinhos”, possui regras gerais, assim como qualquer outra modalidade, devendo ser feita em língua nacional e mencionar:

- Nome do candidato;
- Nome dos candidatos e vice, quando houver, em tamanho não inferior a 30% ao nome do candidato a prefeito, governador ou presidente;
- A legenda partidária sendo, nas campanhas majoritárias, o nome da coligação com todas as siglas que a compõem, nas campanhas proporcionais, a sigla do partido de candidato sob o nome da coligação que compõe.

O Tribunal Superior Eleitoral acrescentou uma disposição especial para combate à desinformação na propaganda eleitoral. Dispõe o artigo 9º da Resolução do TSE 23.610/2019 que:

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

## Representação por Propaganda Irregular

Representação por Propaganda Irregular é ação que pode ser proposta por Ministério Público, candidatos, partidos e coligações, sendo a forma mais incisiva de coibição da propaganda irregular.

Difere das demais representações, seguindo rito próprio do artigo 96 da Lei Eleitoral, portanto mais rápido, e busca interromper as condutas contrárias a tudo que dispõe a lei e a Resolução do TSE sobre propaganda eleitoral.

Cabe ressaltar aqui que o Juiz Eleitoral possui poderes de polícia em relação a propaganda irregular, podendo, de ofício, mandar retirar do ar uma propaganda eleitoral antes mesmo da apresentação de contestação, se for o caso.

Sendo o bem jurídico tutelado a lisura do pleito e a equidade na disputa, mesmo partidos que não lancem candidatos na circunscrição podem ajuizar esta representação. Fora dos limites do pleito,

todavia, carecerão de legitimidade.

Assim, Diretórios municipais não poderão ajuizar a demanda nos pleitos estaduais e federais; pela via inversa, porém, admite-se que os diretórios estaduais e nacionais intervenham postulando a representação no caso de irregularidades no âmbito municipal.

No polo passivo, há também a exclusividade dos partidos para responderem frente à Justiça Eleitoral.

## Propaganda no Rádio e Televisão

Esses meios específicos de veiculação só poderão ser utilizados para propaganda eleitoral gratuita, veiculada nos 35 dias anteriores à antevéspera das eleições (de 28 de agosto a 01 de outubro), e debates eleitorais.

É vedada qualquer propaganda eleitoral (ostensiva ou dissimulada) mediante pagamento. Com exceção da propaganda eleitoral gratuita, é vedado às emissoras transmitir, a partir de 30 de junho, programa apresentado ou comentado por pré-candidato.

A partir de 6 de agosto estão proibidas as condutas elencadas no artigo 43 da Resolução TSE nº 23.610/2019, sob pena de multa e apuração do abuso correspondente ao tratamento privilegiado conferido a candidato, partido ou coligação.

Vejamos a literalidade do artigo:

**Art. 43.** A partir de 6 de agosto do ano da eleição, é vedado às emissoras de rádio e de televisão, em sua programação normal e noticiário (Lei nº 9.504/1997, art. 45, I, III, IV, V e VI; vide ADI nº 4.451): (Vide, para as Eleições de 2020, art. 11, inciso III, da Resolução nº 23.624/2020) 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 - veicular propaganda política; III - dar tratamento privilegiado a candidato, partido político ou coligação; IV - 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; V - divulgar nome de programa que se refira a candidato escolhido em convenção, ainda quando preexistente, inclusive se coincidente com o nome do candidato ou o nome por ele indicado para uso na urna eletrônica, e, sendo coincidentes os nomes do programa e do candidato, fica proibida a sua divulgação, sob pena de cancelamento do respectivo registro.

§ 1º O convite aos candidatos mais bem colocados nas pesquisas eleitorais para participar de entrevistas não configura, por si só, o tratamento privilegiado referido no inciso III deste artigo, desde que não configurados abusos ou excessos, os quais poderão, inclusive, ser apurados na forma do art. 22 da Lei Complementar nº 64/1990.

§ 2º 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 § 3º deste artigo e de cancelamento do registro da candidatura do beneficiário (Lei nº 9.504/1997, art. 45, § 1º).

§ 3º Sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 75 desta Resolução, a inobservância do estabelecido neste artigo sujeita a emissora ao pagamento de multa no valor de R\$ 21.282,00 (vinte e um mil, duzentos e oitenta e dois reais) a R\$ 106.410,00 (cento e seis mil, quatrocentos e dez reais), duplicada em caso de reincidência (Lei nº 9.504/1997, art. 45, § 2º).

## Propaganda de Alto-Falante ou Amplificadores de Som Fixos ou Móveis

A norma que torna lícita o uso de alto-falantes ou amplificadores de som, independentemente de licença de autoridade pública e do pagamento de qualquer contribuição, é o artigo 244, inciso II do Código Eleitoral, que assim dispõe:

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

Todavia, é certo que o uso de alto-falantes ou amplificadores de som se tornaram uma fonte de distúrbios sociais com a aparente falta de zelo dos candidatos para com sua proximidade a determinados locais ou em horários claramente inconvenientes.

Por isso, os parágrafos 3, 4 e 9 do artigo 39 trazem que o funcionamento de alto-falantes ou amplificadores de som 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:

- 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;
- Dos hospitais e casas de saúde;
- Das 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 oito e as vinte e quatro horas, com exceção do comício de encerramento da campanha, que poderá ser prorrogado por mais duas horas.

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

Em 2015, passou-se a considerar 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.

Normas referentes aos padrões e aparelhagem de som foram objeto dos parágrafos 11 e 12, introduzidos em 2013 na Lei Eleitoral, que preveem:

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

A Lei nº 14.291/22 trouxe os arts. 50-A a 50-E para a Lei Eleitoral. Dentre eles, destacam-se os seguintes:

**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. [...]

Assim, a propaganda gratuita no rádio e TV será feita no horário das 19h30 às 22h30. As propagandas em bloco serão no intervalo da programação, em 30 segundos.

**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 [...].

§ 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.

De acordo com o art. 50-B, os partidos que respeitarem os critérios do art. 17, § 3º da CF, terão acesso gratuito ao rádio e TV na proporção da bancada eleita em cada eleição geral:

#### **Art. 17. [...]**

§ 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 eleito pelo menos quinze Deputados Federais distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação. [...]

## **Propaganda Impressa (“Santinhos”)**

Por propaganda em material impresso, a Lei Eleitoral sumariza exemplificativamente os folhetos, adesivos e volantes. Segundo o artigo 38, caput, a distribuição destes independe da obtenção de licença municipal e de autorização da Justiça Eleitoral e impõe que devem ser editados sob a responsabilidade de partido, coligação ou candidato.

O § 1º introduz a necessidade de transparência para com o eleitor que recebe o material, impondo que este 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 o contratou, e a respectiva tiragem.

Além disso, a propaganda deve seguir algumas regras que vinculem os candidatos com suas respectivas coligações, previstas no artigo 6º, § 2º, que determina que:

§ 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.

Referido disposto é aplicado de forma ampla, tanto para materiais impressos quanto para rádio e televisão.

Nessa esteira, também vige a regra do artigo 36, § 4º, segundo a qual na propaganda dos candidatos a cargo majoritário, isto é, presidente, prefeito, governador e senador, também deverão constar os nomes dos candidatos a vice ou a suplentes do senador, de modo claro e legível, em tamanho não inferior a 30% (trinta por cento) do nome do titular.

Outras regras disciplinam aspectos físicos da propaganda impressa, tendo em visto o cuidado ambiental e a redução de custos de campanha, como é o caso do artigo 38, § 3º, que estabelece que:

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

A seguir, no § 4º, temos mais um exemplo da característica super regulação do dispositivo, com a proibição a colagem de 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.

A propaganda em outdoor também é vedada por força do § 8º, inclusive eletrônicos, sujeitando-se a empresa responsável, os partidos, as coligações e os candidatos a imediata remoção da propaganda irregular e ao pagamento de multa no valor R\$ 5.000,00 e R\$ 15.000,00.

Também é vedada a utilização de outdoors antes das eleições, se o anúncio incluir imagem do candidato, mesmo que sem o pedido explícito de voto, vez que se entende que sua veiculação gerou um gasto, incidindo em uma das hipóteses de abuso de poder econômico.

A distribuição de propaganda impressa é permitida até as vinte e duas horas do dia que antecede a eleição, nos termos do artigo 39, § 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.

## Proibições

## Camisetas, chaveiros, bonés, canetas e brindes

É terminantemente proibida a confecção, utilização ou distribuição de camisetas, chaveiros, bonés, canetas, brindes, cestas básicas ou quaisquer outros bens ou materiais que possam proporcionar vantagem ao eleitor, conforme disposto no artigo 39, § 6º, da Lei Eleitoral.

Admite-se, excepcionalmente, a confecção de camisetas para utilização pelo pessoal que presta serviços à campanha, desde que em número razoável e que não caracterize distribuição de brindes ao eleitor, sob pena de caracterização de propaganda irregular ou abuso de poder econômico.

## Bandeiras e mesas para distribuição de materiais

São permitidas ao longo de vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos. Além disso, só podem ser colocados diariamente entre as 6h e as 22h.

É proibida a fixação de tais propagandas em local público e sua permanência durante todo o período da campanha, além de sua manutenção nos horários vedados. Também estão proibidos os bonecos, cavaletes, placas, faixas, estandartes e assemelhados.

## Bens particulares

A fixação de propaganda em bens particulares não depende de licença municipal nem de autorização da Justiça Eleitoral, todavia, deve ser feita apenas de forma gratuita e em adesivo ou em papel, respeitando-se a dimensão limite de no máximo 0,5 m².

É proibida a colocação em troca de dinheiro ou de qualquer tipo de pagamento. Não é permitida a justaposição de adesivos ou cartazes cujo efeito visual viole a dimensão total da propaganda de 0,5 m². Também não é permitida a colocação de placas e a pintura de muros e paredes, ainda que em dimensões inferiores ao limite estabelecido.

## Outdoor

Proibido independentemente do local, inclusive os eletrônicos, sujeitando-se a empresa responsável, os partidos, as coligações e os candidatos à retirada imediata do material e multa. Proibida também a justaposição de materiais para criação de efeitos visual de outdoor.

## Telemarketing

É proibida qualquer propaganda via telemarketing, em qualquer horário.

Todos os meios de propaganda supracitados consistem em propaganda eleitoral irregular, proibidas pela Lei Eleitoral, e dão ensejo a representação da candidato, seja por meio do Ministério Público Eleitoral, candidato, partido ou coligação, sendo algumas delas, ainda, passíveis de enquadramento em abuso de poder econômico.