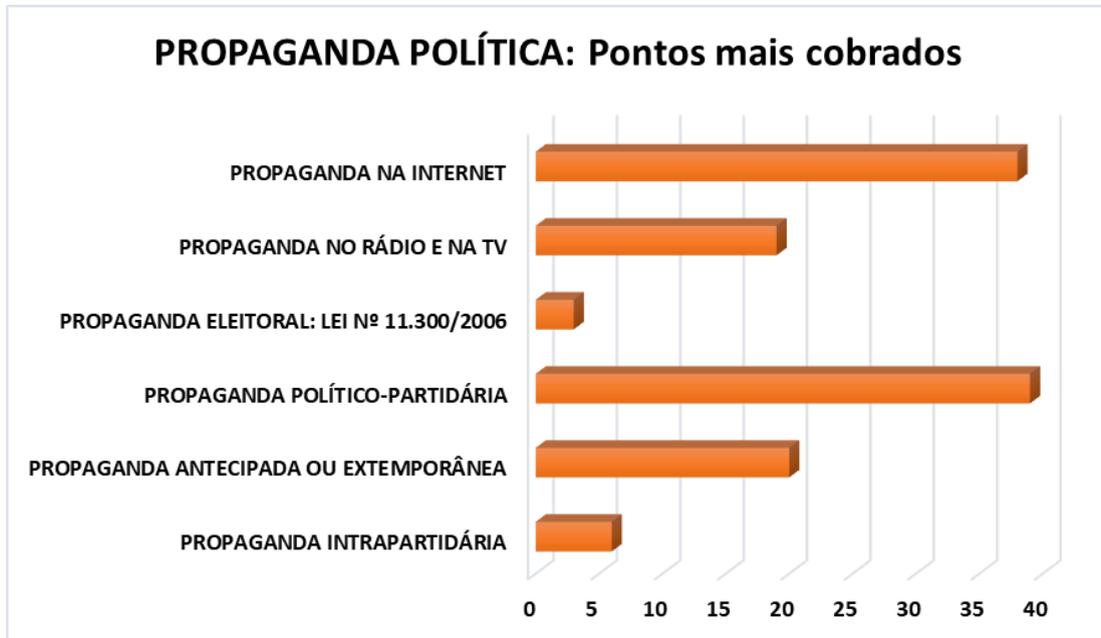


19. PROPAGANDA POLÍTICO-PARTIDÁRIA (ACESSO GRATUITO AO RÁDIO E À TELEVISÃO) | 20. PROPAGANDA ELEITORAL: LEI Nº 11.300/2006 | 21. PROPAGANDA ELEITORAL EXTEMPORÂNEA E PROPAGANDA IRREGULAR (MULTA)



PROPAGANDA POLÍTICA

1- O que é?

A propaganda política se refere à **divulgação das propostas ideológicas de partidos políticos e candidatos, com o intuito de conquistar cargos públicos eletivos**. Ela pode ser traduzida em uma troca de ideias e proposições entre o partido ou candidato e os eleitores, visando influenciar suas decisões e convicções. Para começarmos a análise desse tema, é essencial compreender a distinção fundamental entre as **espécies de propaganda**:

Propaganda Eleitoral:

Propósito: A propaganda eleitoral é voltada a divulgação das propostas dos candidatos a cargos eletivos durante o período de campanha eleitoral. Seu objetivo principal é influenciar os eleitores a votarem em determinado candidato ou partido político. A propaganda eleitoral é autorizada somente após o prazo final para registro de candidaturas. Portanto, os anúncios iniciam a partir de 16 de agosto, já que o último dia para inscrição é 15 de agosto, conforme o art. 36 da Lei nº 9.504/1997.

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Acerte as
questões

Veiculação: A propaganda eleitoral é permitida apenas durante o período determinado pela legislação eleitoral.

Propaganda Partidária:

Propósito: A propaganda partidária, por outro lado, é voltada para a divulgação das ideias, programas e posicionamentos de um partido político em específico. Ela não está diretamente ligada à promoção de candidaturas, mas sim à promoção da imagem e dos ideais do partido.

Veiculação: A propaganda partidária pode ocorrer em períodos específicos determinados pela legislação, como por exemplo, em anos não eleitorais. Além disso, pode ser veiculada por meio de programas de rádio e televisão, inserções em mídias sociais, entre outros meios, dependendo das regras estabelecidas.

ATENÇÃO: os partidos políticos não podem fazer marketing de nenhuma marca.

Propaganda Institucional:

Características: Realizada pela Administração Pública, com o objetivo de divulgar suas ações de forma transparente e imparcial, em conformidade com os princípios da impessoalidade e transparência.

Natureza: Deve ser educativa, informativa ou de orientação social, sem viés político-partidário.

Propaganda Intrapartidária:

Definição: Feita por filiados de um partido político que almejam candidatar-se em uma eleição. Essa propaganda tem a finalidade de fortalecer a coesão interna, disseminar ideias e programas, e promover determinadas lideranças ou correntes políticas dentro da agremiação.

Alcance: Direcionada ao público interno do partido, visando mobilizar e influenciar os membros da agremiação.

PROPAGANDA PARTIDÁRIA

1- O que é?

A lei nº 14.291/2022 reintegrou a propaganda partidária ao ordenamento jurídico.

O artigo 50-A da Lei dos Partidos Políticos estabelece algumas diretrizes sobre essa propaganda, que merecem destaque. A propaganda partidária será veiculada gratuitamente, **ocorrendo entre as 19h30 e às 22h30 horas**, em até 10 inserções de 30 segundos distribuídas proporcionalmente ao longo das três horas de transmissão.

Essas inserções devem ser distribuídas da seguinte maneira: **até 3 (três) inserções na primeira hora, até 3 (três) na segunda hora e até 4 (quatro) na terceira hora, com um intervalo mínimo de 10 (dez) minutos entre cada uma.** A propaganda partidária terá alcance nacional e estadual, sendo veiculada

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Acesse as
questões

em nível nacional às terças-feiras, quintas-feiras e sábados, e em nível estadual às segundas-feiras, quartas-feiras e sextas-feiras.

Vejam os o que determina a legislação:

“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 receptora.

§ 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:

“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;

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Acerte as
questões

- 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.**
- 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.

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Accesse as
questões

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

Cabe destacar que não há transmissão de propaganda partidária exclusiva no âmbito municipal, a propaganda partidária gratuita se dá em **âmbito nacional e estadual sob a responsabilidade dos partidos políticos.**

ATENÇÃO: A propaganda partidária gratuita só pode ser feita no horário gratuito, ainda que o partido não tenha recursos disponíveis, não poderá comprar horário na televisão.

PROPAGANDA INTRAPARTIDÁRIA

1- O que é?

A propaganda intrapartidária se refere à comunicação promocional e persuasiva realizada **dentro de um partido político**, com o objetivo de mobilizar e influenciar seus próprios membros. Essa forma de propaganda é direcionada principalmente para os filiados do partido, para **fortalecer a coesão interna, disseminar ideias e programas, e promover determinadas lideranças ou correntes políticas dentro da agremiação.** Tal fortalecimento ocorre, em suma, pelas tentativas dos pretensos candidatos de se autopromover, formar alianças e tornar-se mais forte para o novo período eleitoral.

2- Como funciona?

Aquele que pretende se candidatar a cargo eletivo tem permissão para realizar propaganda intrapartidária na **quinzena que antecede a escolha pelo partido, de acordo com o artigo 36, parágrafo 1º, da Lei nº 9.504/97.** No entanto, é importante destacar que é **expressamente proibida** a veiculação por meio de **qualquer forma de comunicação de massa, incluindo rádio, televisão e outdoors.**

PROPAGANDA ANTECIPADA OU EXTEMPORÂNEA

1- O que é?

No que se refere a propaganda **ANTECIPADA** cabe observar as disposições legais 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: (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)

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; (Redação dada pela Lei nº 12.891, de 2013) Exemplificando: Vamos supor que na rádio local de Jardim Encantado aconteça um programa onde os pré-candidatos são convidados para falar sobre suas propostas para a cidade. Durante o programa, o pré-candidato Pedro, que é um dos pretendentes à prefeitura, fala sobre como pretende melhorar o transporte público na cidade, construir mais escolas e criar oportunidades de emprego. Tudo isso está de acordo com a regra, porque ele não está pedindo votos, apenas expondo suas ideias.

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Acesse as
questões

Agora, outro exemplo. No jornal da cidade, um pré-candidato chamado Marina, em uma entrevista, destaca suas qualidades pessoais, como sua experiência profissional e sua dedicação à comunidade. Ela não pede votos diretamente, mas enaltece suas próprias qualidades. Isso também está dentro da regra, porque não é considerado propaganda eleitoral antecipada desde que não haja pedido explícito de voto. Então, resumindo, durante o período eleitoral, os pré-candidatos podem participar de entrevistas, programas e debates, onde podem falar sobre suas ideias e projetos para a cidade, desde que não peçam votos diretamente.

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)

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; (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)

V - a manifestação e o posicionamento pessoal sobre questões políticas nas redes sociais. (Incluído pela Lei nº 12.891, de 2013) Exemplificando: Em Jardim Encantado está próximo o período eleitoral para a escolha do novo prefeito. Nesse contexto, um dos pré-candidatos, chamado André, decide usar suas redes sociais para expressar suas opiniões sobre questões políticas locais. Então, em sua página no Facebook, André escreve um texto opinativo sobre a necessidade de investimentos na área da saúde pública em Jardim Encantado. Ele argumenta sobre a importância de melhorar os serviços de atendimento médico, construir novos postos de saúde e garantir medicamentos acessíveis para todos os moradores da cidade.

Aqui, o importante é que André não está pedindo votos diretamente, nem exaltando suas próprias qualidades pessoais. Ele está apenas expressando seu posicionamento sobre um tema político relevante para a comunidade. Isso não configura propaganda eleitoral antecipada, de acordo com a lei.

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. (Incluído pela Lei nº 13.165, de 2015)

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)

Parágrafo único. É vedada a transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão das prévias partidárias. (Incluído pela Lei nº 12.891, de 2013)

§ 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. (Incluído pela Lei nº 13.165, de 2015) §

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. (Incluído pela Lei nº 13.165, de 2015) § 3º O disposto no § 2º não se aplica aos profissionais de comunicação social no exercício da profissão. (Incluído pela Lei nº 13.165, de 2015)”

“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)

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. (Incluído pela Lei nº 12.891, de 2013)”

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Accesse as
questões

Exemplificando: Se o presidente convocar as redes de radiodifusão para transmitir um discurso que contenha ataques a partidos políticos ou seus membros, isso será considerado propaganda eleitoral antecipada, o que é vedado pela legislação.

A propaganda antecipada, também conhecida como extemporânea, ocorre quando há **divulgação de propaganda eleitoral antes do período permitido pela legislação, qual seja, antes do dia 16 de agosto do ano da eleição** (art. 36, da Lei nº 9.504/97). Isso pode incluir a promoção de candidatos, partidos políticos ou coligações antes do início oficial da campanha eleitoral.

FIQUE DE OLHO NA JURISPRUDÊNCIA:

- Conforme já decidiu o TSE, o pedido explícito de voto pode ser identificado pelo uso de determinadas “palavras mágicas”, como “apoie” e “elejam” (Ac.-TSE, de 2.9.2021, no AgR-REspEI nº 060006586; de 14.11.2019, nos ED-AI nº 060003326 e, de 30.10.2018, no AgR-REspe nº 2931).
- Ademais, é importante tratarmos sobre a figura identificada na jurisprudência chamada propaganda eleitoral extemporânea negativa: é aquela que pressupõe pedido explícito de não voto ou, ainda, ato que macule a honra ou a imagem de pré-candidato ou divulgue fato sabidamente inverídico em seu desfavor (Ac.-TSE, de 12.5.2022, no AgR-REspEI nº 060001836). Exemplificando: Imagine uma situação em que o personagem Rafael, um candidato à prefeitura inescrupuloso, decide difamar o prefeito Alexandre, que é candidato à reeleição, espalhando mentiras sobre ele em um vídeo nas redes sociais. Rafael divulga informações falsas dizendo que o prefeito Alexandre está envolvido em esquemas de corrupção. Gabriela, que é advogada, explica para o prefeito Alexandre que essa ação de Rafael é ilegal, pois constitui propaganda eleitoral extemporânea negativa.
- Uso de adesivos em automóveis - Ac.-TSE, de 10.2.2022, no AgR-REspEI nº 060004918 e, de 9.9.2021, no AgR-REspEI nº 060009423: não caracteriza propaganda eleitoral antecipada o uso de adesivos plásticos em automóveis diante da inexistência de pedido explícito de votos.
- Enquete em rede social - Ac.-TSE, de 9.9.2021, no AgR-AREspE nº 060007690: não caracteriza propaganda eleitoral antecipada a divulgação de enquete na rede social Instagram que se limita à mera exposição de projeto para possível candidatura sem pedido explícito de votos.
- Whatsapp - Ac.-TSE, de 1º.7.2021, no AgR-AREspE nº 060004981 e, de 7.5.2019, no REspe nº 13351: não caracteriza propaganda eleitoral extemporânea a veiculação de jingle ou o pedido de votos realizado em ambiente restrito de aplicativo WhatsApp.
- Atos praticados na tribuna da casa legislativa - Ac.-TSE, de 2.2.2017, no REspe nº 35094: não configura propaganda eleitoral antecipada elogio feito da tribuna da Casa Legislativa por parlamentar a postulante a cargo público.
- Divulgação de ideias antes do período eleitoral - Ac.-TSE, de 18.10.2016, no REspe nº 5124: a ampla divulgação de ideias fora do período eleitoral, a menção à pretensa candidatura e a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos não configuram propaganda extemporânea, desde que não envolvam pedido explícito de voto.
- Propaganda institucional sem pedido de votos - Ac.-TSE, de 16.10.2012, no AgR-REspe nº 394274: propaganda institucional que veicule discurso de pré-candidatos sem pedido de votos não configura propaganda eleitoral antecipada.

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Accesse as
questões

- Entrevista com teor jornalístico - Ac.-TSE, de 5.8.2010, no R-Rp nº 165552: não caracteriza propaganda extemporânea entrevista concedida a órgão de imprensa, com manifesto teor jornalístico, inserida em contexto de debate político.
- Uso de telemarketing ativo - Ac.-TSE, de 24.2.2022, na CtaEI nº 060077185: “[...] vedada a veiculação de propaganda eleitoral via telemarketing ativo, assim caracterizado como qualquer contato com o eleitor via telefonia feito por atendentes, pelos candidatos ou pelas candidatas a cargo eletivo, excluído da proibição o telemarketing receptivo, no qual a iniciativa do contato é do eleitor”.
- Propaganda antecipada massiva - Ac.-TSE, de 10.12.2019, no RO nº 060161619: a propaganda eleitoral antecipada massiva, mesmo que não implique violação explícita a este artigo, pode caracterizar ação abusiva, sob o viés econômico, a ser corrigida por meio de ação própria.
- Veiculação de propagandas por formas e meios proibidos no período eleitoral - Ac.-TSE, de 9.4.2019, no REspe nº 060022731: a regra permissiva do art. 36-A da Lei das Eleições não legitima, em período de pré-campanha, a veiculação de propaganda por formas e meios prescritos durante o período eleitoral.
- Contratação, pelo pré-candidato, de espaço publicitário na televisão, para divulgação de pesquisa de opinião apontando o prefeito como o mais bem avaliado – Ac.-TSE de 2.10.2018 no AgR- REspe nº 825, e Ac.-TSE de 23.8.2018 no AgR-REspe nº 3849: Assim, por exemplo, desde que não haja pedido explícito de voto, não configura propaganda antecipada a divulgação de posicionamento pessoal sobre questão política, nos termos do inciso V do art. 36-A da Lei das Eleições. Todavia, se, para divulgação desse posicionamento pessoal, o pré-candidato contrata espaço publicitário na televisão, certamente haverá propaganda não só antecipada como vedada.
- Entrevista em programa de televisão, com pedido de votos - Ac.-TSE, de 31.5.2011, no REspe nº 251287: entrevista concedida em programa de televisão com promoção pessoal e enaltecimento de realizações pessoais em detrimento dos possíveis adversários no pleito e com expresse pedido de votos caracteriza propaganda eleitoral antecipada.
- Art. 77 da Lei nº 9504/1997: É proibido a qualquer candidato comparecer, nos 3 (três) meses que precedem o pleito, a inaugurações de obras públicas.

2- Como funciona?

ATENÇÃO: Seu examinador pode trazer a questão na prova em dois formatos: ou utilizará a literalidade da lei, a promoção pessoal é permitida e não configura propaganda antecipada, desde que **NÃO HAJA PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTO**; ou descreverá um caso concreto e pedirá que você faça a avaliação. Nesse último caso, você deverá procurar as palavras mágicas, conforme diz o TSE: não havendo as expressões “votem, apoiem, elejam”, entre outras semelhantes, trata-se de conduta lícita.

FICA A DICA: De modo simplificado, as prévias partidárias são consultas realizadas dentro de um partido político para que se pense sobre a suposta candidatura de determinados pré-candidatos. Nelas também se pensa na possível realização de coligações partidárias com outros partidos. As prévias acontecem no período anterior às convenções partidárias antecedendo o dia 20 de julho. A Lei da minirreforma proíbe que essas prévias sejam transmitidas por canais de rádio e televisão, impossibilitando o abuso de poder econômico por partidos políticos.

Número de acertos = _____

Questões resolvidas

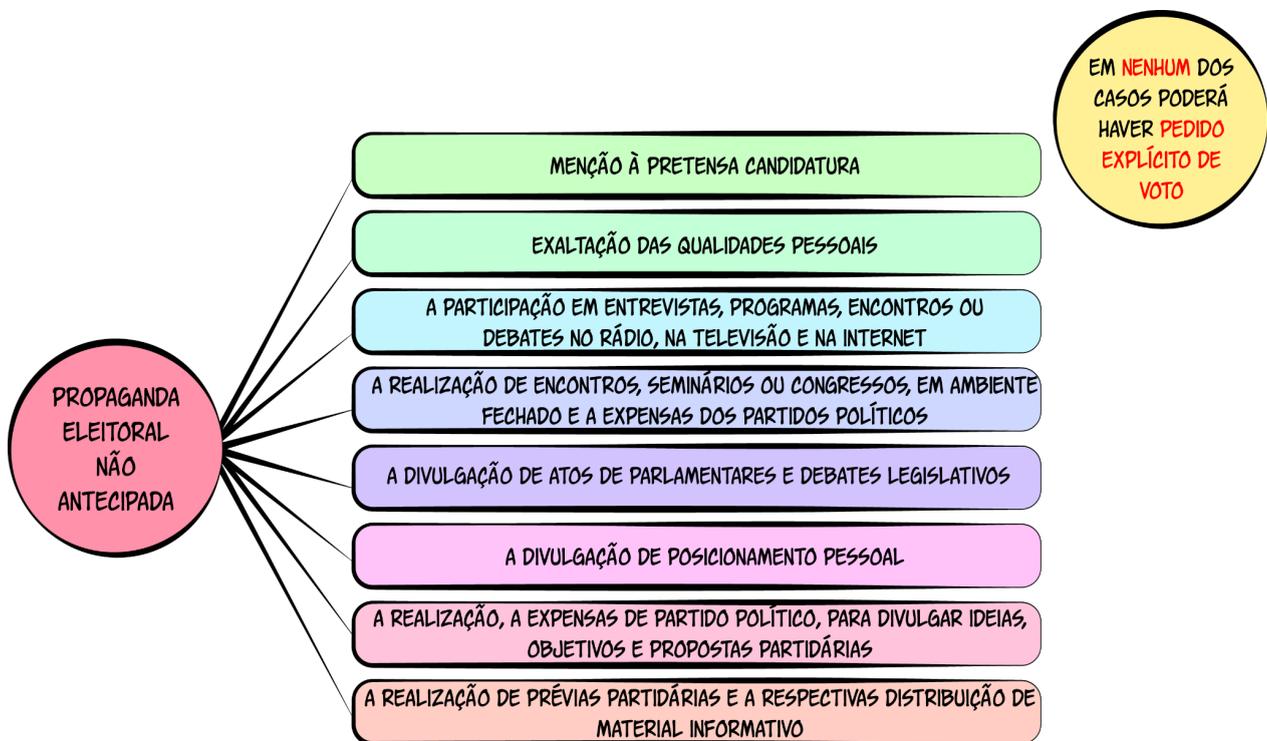


Accesse as
questões

Assim, podemos estabelecer que é considerada **propaganda antecipada** ou extemporânea, **todas as vezes que houver PEDIDO EXPLÍCITO de votos ou ainda no caso 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.**

É considerada conduta **vedada durante a campanha a realização, nos TRÊS MESES QUE ANTES AO PLEITO**, de publicidade institucional de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral (art. 73, VI, b da Lei nº 9.504/97). Vejamos:

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



PROIBIÇÃO DE PROPAGANDA ELEITORAL EM BENS DE USO COMUM

1- O que é?

Vejamos o que a legislação traz sobre propagandas eleitorais em bens públicos:

“Lei nº 9.504/97. 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

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Accesse as
questões

vedada a veiculação de propaganda de qualquer natureza, inclusive pichação, inscrição a tinta e exposição de placas, estandartes, faixas, cavaletes, bonecos 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.”

Cabe destacar que a veiculação de propaganda em desacordo com o dispositivo anterior sujeita o responsável, após 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).

2- Como funciona?

Mas você pode estar aí se perguntando: “Prof como podemos identificar os bens de uso ou não comum?”

Para entendermos essa característica, pense na quantidade de pessoas que transitam por ele. Nesse sentido, a sua casa não é de uso comum, pois, nela, somente você e sua família transitam. É diferente do que ocorre numa praça, em que diversas pessoas entram e saem quando querem.

Também são consideradas **propagandas proibidas** aquelas:

- Realizadas em árvores e nos jardins localizados em áreas públicas, bem como em muros, cercas e tapumes divisórios, mesmo que não lhes cause danos.
- Realizadas 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).
- Realizadas utilizando trios elétricos, exceto para a sonorização de comícios.

O Código Eleitoral também elenca alguns temas que não podem ser abordados e situações em que se considera **ilícita 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;

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Accesse as
questões

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 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.**”

Apesar de ser proibido a veiculação de **propagandas em espaços públicos, a colocação de mesas para distribuir materiais e a utilização de bandeiras ao longo das vias públicas é uma exceção à regra**. A única exigência, nesse caso, é mobilidade, que traz os horários limites das 06:00 horas às 22:00 horas, de forma a configurar o deslocamento e a não fixação, para que não tenhamos o trânsito parado em decorrência dessas ações partidárias. **Exemplificando: Gabriela Xavier, candidata à Presidência da República, muito humildemente, também foi às ruas para fazer, diretamente, sua campanha. Resolve distribuir materiais políticos na Avenida Paulista. Das 08h até 22h, Gabriela estará livre para tais atos. Contudo, às 22:01, precisará recolher e se retirar do local. A campanha de Gabriela nesse local não poderá atrapalhar o trânsito de veículos ou de pessoas.**

ATENÇÃO: É proibido a chamada derrama de “santinhos” nas proximidades dos locais de votação, na véspera do pleito (Ac.-TSE, de 19.4.2022, no AgR-AREspE nº 060239757; Ac-TSE de 13.8.2019, no AgR-REspe nº 060786646; Ac.-TSE, de 15.10.2015, no REspe nº 379823).

A lei traz, contudo, algumas situações onde a propaganda em bens públicos ou particulares **é permitida**:

- Colocação de bandeiras ao longo de vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos;
- Colocação de adesivo plástico em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, desde que não exceda a 0,5m² (meio metro quadrado);
- 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 mobilidade estará caracterizada com a colocação e a retirada dos meios de propaganda entre **as seis horas e as vinte e duas horas**.

PROPAGANDAS ELEITORAIS PERMITIDAS

1- O que é?

Quem nunca ouviu um carro de som com propagandas políticas que atire a primeira pedra... É pessoal, temos muitas opções de propagandas eleitorais permitidas e, além dessas que citei, podemos ver com facilidade a **distribuição de material em comícios e até o próprio candidato vindo até você pedindo seu voto**. Tudo isso pode ser realizado, contudo é necessário sempre observar os princípios da legalidade, razoabilidade e liberdade.

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Accesse as
questões

2- Como funciona?

Vejam algumas particularidades das propagandas. **A propaganda em bens particulares somente pode ocorrer se veiculada de forma gratuita e espontânea**, sem qualquer tipo de pagamento; **independe de licença de autoridade municipal, autorização da Justiça Eleitoral ou de licença política**; precisa ser realizada em **papel ou adesivos com dimensões máximas de 0,5m² (meio metro quadrado)**. **Exemplificando:** Em uma cidadezinha tranquila, durante a campanha eleitoral, o candidato Cláudio, um deputado estadual conhecido por suas práticas questionáveis, decide adotar uma estratégia inusitada para promover sua candidatura. Ele oferece 200 reais a cada eleitor que colocar um adesivo de sua campanha no carro. Empolgados com a oportunidade de ganhar um dinheiro extra, diversos eleitores aceitam a proposta de Cláudio e enchem seus carros com adesivos do candidato. No entanto, eles não percebem que essa prática vai contra as regras estabelecidas para a propaganda eleitoral, uma vez que a propaganda eleitoral em veículos deve ser feita de forma voluntária e sem pagamento envolvido.

RESUMO:

1. **Colocação de bandeiras:** Permitida ao longo de vias públicas, desde que móveis e não dificultem o trânsito.
2. **Colocação de adesivos plásticos:** Permitida em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, desde que não exceda a 0,5m² (meio metro quadrado).
3. **Colocação de mesas para distribuição de material** entre as 6h e às 22h.

Condições Gerais: a propaganda eleitoral em bens particulares **DEVE SER ESPONTÂNEA E GRATUITA**, proibido qualquer pagamento pelo espaço. Além disso, a veiculação de propaganda eleitoral pela distribuição de folhetos, adesivos, volantes e outros impressos independe de licença municipal e autorização da Justiça Eleitoral, **todo material impresso de campanha eleitoral deve 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.**

PROPAGANDAS ELEITORAIS POR MATERIAIS GRÁFICOS

1- O que é?

Vejam o que a legislação eleitoral traz sobre o tema (Lei nº 9.504/97):

*“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)*

*§ 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.** (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)*

*§ 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.** (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)*

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Acesse as
questões

§ 3º Os adesivos de que trata o caput deste artigo poderão ter a **dimensão máxima de 50 (cinquenta) centímetros por 40 (quarenta) centímetros.** (Incluído pela Lei no 12.891, de 2013)

§ 4º É proibido colar propaganda eleitoral em veículos, exceto adesivos micro perfurados até a extensão total do para-brisa traseiro e, em outras posições, adesivos até a dimensão máxima fixada no § 3º.”

ATENÇÃO: Propagandas vedadas: Distribuição de brindes – art. 39, §6º da Lei nº 9504/97. 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.

Ac.-TSE, de 15.10.2015, no REspe nº 379823: “Configura propaganda eleitoral irregular o ‘derramamento de santinhos’ nas vias públicas próximas aos locais de votação na madrugada DO DIA da eleição”.

O artigo 239 diz que os partidos políticos têm um privilégio especial nos correios durante os 60 dias que antecedem as eleições. Isso significa que, nesse período, eles têm prioridade para enviar materiais de propaganda pelos serviços postais. “Art. 239. Aos partidos políticos é assegurada a prioridade postal durante os 60 (sessenta) dias anteriores à realização das eleições, para remessa de material de propaganda de seus candidatos registrados”.

PROPAGANDAS ELEITORAIS POR APARELHAGEM SONORA

1- O que é?

Esse tipo de **propaganda sonora** somente poderá ocorrer das **08:00 horas até 22:00 horas**, devendo, ainda, respeitar a distância inferior a 200 metros:

“Lei nº 9.504/97. Art. 39. §3º (...)

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.”

Exemplificando: Em um bairro movimentado, durante o período eleitoral, o candidato Cláudio decide realizar uma carreata com aparelhagem sonora ao redor de uma escola em pleno funcionamento. Claudio: (animado) Pessoal, vamos animar essa carreata com nossa música eleitoral! Silva: (preocupado) Claudio, lembre-se das restrições para propagandas com aparelhagem sonora. Não podemos perturbar escolas em funcionamento. Claudio: (desapontado) Verdade, esqueci desse detalhe. Vamos mudar o percurso para respeitar as normas e evitar problemas.

2- Como funciona?

Sobre os carros de som, a lei estabelece que:

“Lei nº 9.504/97. Art. 39. (...) § 9º-A. Considera-se carro de som, qualquer veículo, motorizado ou não, ou ainda tracionado por animais, que transite divulgando jingles ou mensagens de candidatos.

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Acesse as
questões

§ 12. Para efeitos desta Lei, considera-se: (Incluído pela Lei nº 12.891, de 2013)

I - Carro de som: veículo automotor que usa equipamento de som com potência nominal de amplificação de, no máximo, 10.000 (dez mil) watts; (Incluído pela Lei nº 12.891, de 2013)

II - Mini trio: 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; (Incluído pela Lei nº 12.891, de 2013)

III - Trio elétrico: veículo automotor que usa equipamento de som com potência nominal de amplificação maior que 20.000 (vinte mil) watts. (Incluído pela Lei nº 12.891, de 2013).”

Além da **previsão de distância de 200m**, o legislador trouxe como **limite máximo de sonorização o nível de 80 decibéis medidos a 7 metros**.

“Lei nº 9.504/97. Art. 39. (...) § 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. (Redação dada pela Lei nº 12.891, de 2013)

§ 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.** (Incluído pela Lei nº 11.300, de 2006) (Vide ADIN 5970)

§ 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).** Redação dada pela Lei nº 12.891, de 2013)

§ 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).”

Nesse sentido, percebemos que temos uma limitação sob esses veículos, que passam a ficar adstritos somente às carreatas, caminhadas, passeatas, reuniões ou comícios. **Não há que se falar em carros que ficam rodando dentro da cidade com propagandas eleitorais.** Cabe destacar que a realização dos comícios não depende de autorização policial, bastando a sua comunicação ser feita pelo candidato, partido político ou coligação promotora do ato, **no mínimo 24 (vinte e quatro) horas antes de sua realização, para garantia do direito contra quem pretenda usar o local no mesmo dia e horário.**

PROPAGANDAS ELEITORAIS POR COMÍCIOS

1- O que é?

O comício é o lugar no qual muitos candidatos aproveitam para, reunindo geralmente pessoas em massa, consigam atingir grande quantidade de eleitores ao mesmo tempo para falar sobre suas ideias e propostas. Contudo, é preciso lembrar que os candidatos também devem guardar e obedecer às regras estabelecidas pelos dispositivos eleitorais e, caso abusem, devem receber a consequente sanção pelo ato.

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Accesse as
questões

Cabe destacar que o showmício é vedado, assim como também qualquer evento assemelhado, sob o intuito de animar o comício ou reunião eleitoral. Showmícios são eventos políticos que contam com a participação de artistas e outros elementos destinados a, em alguma medida, "animar" os presentes. A lei proíbe tal prática.

O comício, por sua vez, poderá ocorrer entre às 8h até 24h, podendo o comício de encerramento estendido por até mais 2h.

2- Como funciona?

-> Durante as eleições de 2020, marcadas pela pandemia de COVID-19, a prática de realizar shows ao vivo (lives) ganhou destaque. No entanto, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) proibiu a realização de lives eleitorais, considerando que isso se assemelha aos showmícios. Tal decisão foi editada para manter a equidade na disputa eleitoral, evitando que candidatos com maiores recursos financeiros tenham vantagens injustas ao explorar eventos com grande apelo popular.

PROPAGANDA NA IMPRENSA ESCRITA

1- O que é?

A veiculação de propagandas em periódicos, como revistas e tabloides, é permitida do dia 16 de agosto até a antevéspera do pleito. Considerando que as eleições ocorrem no domingo, então, a antevéspera é referente à sexta-feira. No entanto, é importante respeitar algumas regras específicas para esse tipo de propaganda eleitoral:

- **JORNAL:** A dimensão máxima permitida é de 1/8 da página. **Exemplo:** Um candidato quer divulgar sua campanha em um jornal. Ele pode fazer um anúncio que ocupe, no máximo, 1/8 da página do jornal. Por exemplo, se o jornal tem uma página inteira, o anúncio do candidato não pode ocupar mais do que 1/8 dessa página.
- **REVISTAS:** Para revistas ou tabloides, a dimensão máxima permitida é de 1/4 da página. **Exemplo:** Um candidato decide fazer um anúncio em uma revista. Nesse caso, o tamanho máximo do anúncio permitido é de 1/4 da página da revista. Se a revista tem uma página inteira, o anúncio não pode ocupar mais do que 1/4 dessa página.

ATENÇÃO: É obrigatório que o valor pago pelo candidato para fins de inserção da propaganda em jornal seja claramente informado no anúncio. Por exemplo, pode ser incluída uma frase como "Este anúncio foi pago pelo candidato X por R\$ 1.000,00".

2- Como funciona?

Existe um limite de até 10 (dez) anúncios por veículo, em datas diferentes. **Exemplo:** Um candidato decide divulgar sua campanha em um jornal e em datas diferentes, ele pode veicular até 10 (dez) anúncios neste jornal. Porém, é importante respeitar o limite de até 10 anúncios para não ultrapassar as regras estabelecidas.

ATENÇÃO: Todas as propagandas veiculadas na imprensa escrita são sempre pagas. A veiculação de revistas, jornais e tablóides também pode ocorrer na internet.

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Acesse as
questões

PROPAGANDA ELEITORAL:

- **RÁDIO E TELEVISÃO - SEMPRE GRATUITA;**
- **JORNAIS E REVISTAS - EXCLUSIVAMENTE PAGA.**

ATENÇÃO 01: A veiculação de revistas, jornais e tablóides também poderá acontecer na internet.

ATENÇÃO 02: 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.

O desrespeito a essas regras acarreta na irregularidade da propaganda, sujeitando os responsáveis pelos veículos de divulgação e, também, os partidos, coligações ou candidatos beneficiados a pena de multa, no valor de R\$ 1.000,00 (mil reais) a R\$ 10.000,00 (dez mil reais), ou o equivalente ao valor da propaganda, caso este seja maior.

RESUMO -> Propaganda na Imprensa Escrita - Principais Pontos:

1. **Características da Propaganda na Imprensa Escrita: Sempre é paga, não havendo modalidade gratuita, sendo o valor pago pela inserção deve estar visível no anúncio.**
2. **Requisitos da Propaganda na Imprensa Escrita: Até a antevéspera da eleição (sexta-feira anterior ao pleito), podendo iniciar a partir de 16 de agosto do ano da eleição; Até 10 anúncios por candidato, por veículo, em datas diversas; podem ocupar no máximo 1/8 da página de jornal padrão e 1/4 de página de revista ou tabloide.**
3. **Irregularidades e Penalidades: Responsáveis pelos veículos de divulgação, partidos, coligações ou candidatos beneficiados estão sujeitos a multa que varia de R\$ 1.000,00 (mil reais) a R\$ 10.000,00 (dez mil reais), ou o equivalente ao valor da propaganda, prevalecendo o maior.**

PROPAGANDA NO RÁDIO E NA TV

1- O que é?

A propaganda eleitoral no rádio e na TV é amplamente difundida e conhecida pelo eleitorado, e, portanto, requer cuidados especiais quanto ao seu uso e à apuração de abusos. Conforme estudado, **a propaganda por meio desses veículos ocorre exclusivamente de forma gratuita**, sendo proibido qualquer tipo de pagamento.

Além disso, é fundamental que vocês saibam que essas veiculações ocorrerão em dois momentos:

- 1) **Durante o horário eleitoral gratuito, que é o tempo reservado pelas emissoras para a veiculação de propagandas de candidatos; e**
- 2) **durante a programação normal das emissoras, por meio das famosas propagandas eleitorais por inserções.**

Cabe destacar que só possuem acesso ao tempo de rádio e TV os partidos que cumprirem a cláusula de barreira estabelecida no artigo 17, §3º, da Constituição, na forma inserida pela EC 97/2017:

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Accesse as
questões

“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.**”

ATENÇÃO: A legislação obriga o uso da Língua Brasileira de Sinais – LIBRAS nas propagandas eleitorais gratuitas. Conforme regra constante do Estatuto da Pessoa com Deficiência – art. 67 da Lei nº 13146/2015, é necessário o uso de legendas, janela com intérprete da LIBRAS e autodescrição.

Cabe destacar que o mencionado Fundo Partidário é constituído por: multas e penalidades pecuniárias, recursos financeiros destinados por lei, doações de pessoas físicas, dotações orçamentárias da União.

2- Como funciona?

A propaganda no rádio e na TV geralmente é realizada apenas durante o **horário eleitoral gratuito estabelecido por lei**. No entanto, isso não impede que as emissoras se manifestem sobre a eleição em sua programação normal, **uma vez que os eleitores têm o direito de receber informações sobre o andamento das eleições e a agenda dos candidatos**. Quanto mais esclarecido o eleitorado estiver sobre as ações dos candidatos, maior será a probabilidade de uma escolha consciente.

FICA A DICA:

Estabelece o art. 45, II, da Lei nº 9.504 que 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: 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; No entanto, o STF **declarou a inconstitucionalidade dessa vedação por considerar um ato de censura prévia**. (STF. Plenário. ADI 4451/DF, Rel. Min. Alexandre de Moraes, julgado em 20 e 21/6/2018).

Nessa medida, a partir de **6 de agosto dos anos eleitorais**, as emissoras de rádio e televisão estão proibidas de:

“Lei nº 9.504/97. Art. 45. 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;**

III- **veicular propaganda política ou difundir opinião favorável ou contrária a candidato, partido, coligação, a seus órgãos ou representantes;** (Vide ADIN 4.451)

IV - **dar tratamento privilegiado a candidato, partido ou coligação;**

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Acesse as
questões

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.”

RESUMO:

Vedações às Emissoras de Rádio e TV na Programação Normal e Noticiário - Principais Pontos:

1. **Abrangência Temporal:** As vedações entram em vigor após o encerramento do prazo para realização das convenções (05 de agosto do ano eleitoral).
2. **Proibições na Programação Normal e Noticiário:** É vedada a transmissão, inclusive sob a forma de entrevista jornalística, de imagens de realização de pesquisa ou qualquer consulta popular de natureza eleitoral que possa identificar o entrevistado ou envolver manipulação de dados; Fica proibida a veiculação de propaganda política ou a difusão de opinião favorável ou contrária a candidato, partido, coligação, seus órgãos ou representantes. Não é permitido dar tratamento privilegiado a candidato, partido ou coligação. Também é vedada a veiculação de filmes, novelas, minisséries ou programas com alusão ou crítica a candidato ou partido, exceto em programas jornalísticos ou debates políticos. Não se pode divulgar o nome de programa que se refira a candidato escolhido em convenção, mesmo que preexistente, sob pena de cancelamento do registro.
3. A partir de 30 de junho do ano da eleição, é proibida a transmissão de programa apresentado ou comentado por pré-candidato, sujeitando-se a multa e ao cancelamento do registro da candidatura em caso de escolha na convenção partidária.

ATENÇÃO: Os apresentadores de TV ou rádio e comentaristas que pretendem registrar suas candidaturas junto à Justiça Eleitoral, devem se afastar dos respectivos programas nos quais participam a partir do dia 30 de junho. Caso não cumpram essa exigência, correm o risco de ter seus registros de candidatura indeferidos. Nesse sentido, cabe a leitura do artigo abaixo:

“Lei nº 9.504/97. Art. 45. § 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.”

Cabe observar que o horário eleitoral gratuito segue sempre uma lógica, **iniciando-se nos seguintes horários: (07:00h, 12:00h, 13:00h, 20:30h) e encerrando-se nos horários: (07:25h, 12:25h, 13:25h, 20:55h).**

Vocês notaram que as propagandas **têm uma duração de 25 minutos?** Sim, ótimo! Agora vamos pensar que, quando veiculadas nas quartas e sextas-feiras, as propagandas começarão com os Senadores e terminarão com os Governadores, sendo atribuídos tempos de: **5 minutos, 10 minutos e 10 minutos, respectivamente.**

Número de acertos = _____

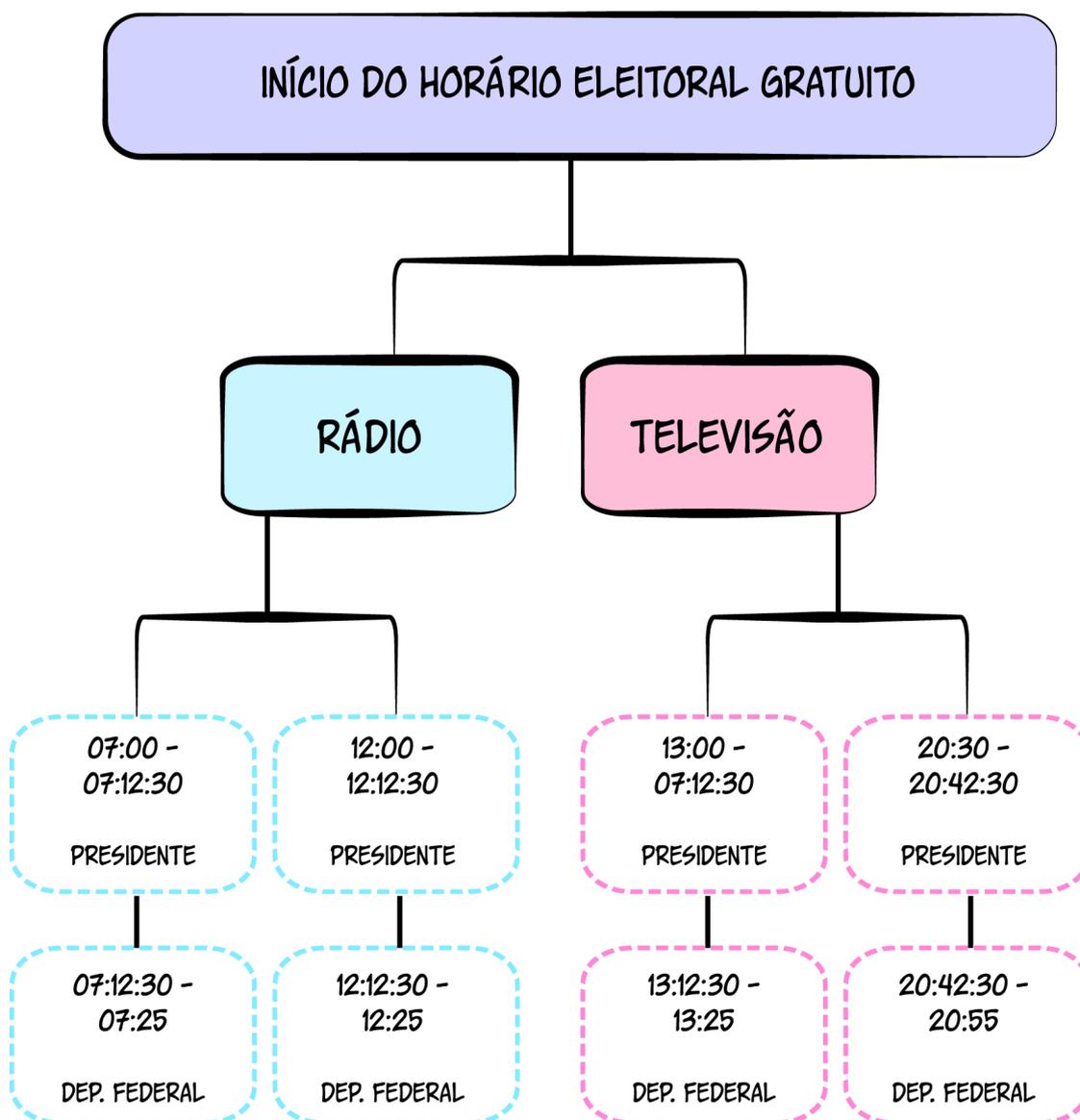
Questões resolvidas



Acesse as
questões

É importante lembrar que, nas eleições para escolha de 2/3 dos Senadores, o tempo aumenta para eles e diminui para os demais cargos, totalizando 7 (sete) minutos, 9 (nove) minutos e 9 (nove) minutos, respectivamente.

FICA A DICA: Ao contrário dos demais cargos, com mandatos de quatro anos, os senadores ficam oito anos no cargo. Para evitar que o Senado tivesse exatamente a mesma configuração durante oito longos anos, chegou-se à ideia de renovação parcial da Casa a cada quatro anos. Assim, em uma eleição são eleitos 27 (vinte e sete) senadores, enquanto na eleição seguinte se escolhem 54 (cinquenta e quatro). E exatamente por essa razão ocorre a variação do tempo destinado à propaganda eleitoral para o cargo.



Portanto, nas eleições gerais, o tempo será dividido em partes iguais para uso das campanhas de candidatas e candidatos a cargos majoritários, proporcionais e das legendas partidárias ou que componham federação ou coligação, quando for o caso.

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Accesse as
questões

Os horários reservados à propaganda serão distribuídos pelos órgãos da Justiça Eleitoral a partidos, federações e coligações de acordo com os critérios listados a seguir: **90% (noventa por cento) divididos proporcionalmente ao número de parlamentares na Câmara dos Deputados (considerando, nas coligações para eleições majoritárias, o resultado da soma da quantidade de representantes dos seis maiores partidos ou federações que a integrem e, especificamente no caso das federações, a soma dos representantes de todas as legendas que dela fazem parte) e 10% (dez por cento) divididos igualmente.** Se algum partido ou federação deixar de concorrer definitivamente às eleições proporcionais em qualquer etapa do pleito, o tempo a eles destinado será distribuído aos remanescentes.

PROPAGANDA NO SEGUNDO TURNO

1- O que é?

É obrigatório que as emissoras de rádio e televisão reservem um período que vai da **sexta-feira subsequente à realização do primeiro turno até a antevéspera (sexta-feira) da realização do segundo turno, para a divulgação da propaganda eleitoral gratuita.** Anteriormente, antes da reforma, a propaganda eleitoral no segundo turno começava dentro de um prazo de 48 (quarenta e oito) horas após a proclamação do resultado. Agora, esse prazo é fixo: **a partir da sexta-feira após a realização do primeiro turno.**

Segue o texto completo do artigo 49, da LE:

*"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 iniciará-se imediatamente após o término do horário reservado ao primeiro.

§ 2º O tempo de cada período diário será dividido igualmente entre os candidatos."

Ou seja, a propaganda eleitoral do segundo turno, no rádio e na televisão, será veiculada a partir da sexta-feira após a realização do primeiro turno até a antevéspera da realização do segundo turno. Serão dois blocos diários, cada um com duração de 10 minutos. No rádio, esses blocos serão transmitidos das **7h às 12h**, enquanto na televisão ocorrerão das **13h às 20h30**.

Exemplificando: Após um primeiro turno acirrado nas eleições municipais, Rachel e Bruno, os dois candidatos mais votados, estão se preparando para o segundo turno. A Justiça Eleitoral determina que o tempo de propaganda seja dividido igualmente entre eles. Rachel, que obteve a maior votação no primeiro turno, terá o primeiro bloco de propaganda, seguido por Bruno no próximo bloco, e assim por diante, alternando a ordem a cada programa.

No segundo turno das eleições para os cargos de Presidente, Governador e Prefeitos de cidades com mais de 200 mil eleitores, a propaganda inicia-se na sexta-feira seguinte à realização do primeiro turno e vai até a antevéspera do pleito. Ao contrário do primeiro turno, no segundo turno a divisão do tempo é feita de forma **TOTALMENTE IGUALITÁRIA.**

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Accesse as
questões

DIVISÃO DO TEMPO PARA CADA PARTIDO/COLIGAÇÃO

1- O que é?

Após estudarmos todas as modalidades de propaganda no horário eleitoral gratuito no rádio e na TV, é importante compreender como esses horários serão divididos **para cada partido, coligação ou federação**.

Portanto, é importante destacar que os horários serão divididos de duas formas: proporcionalmente à representação do partido, coligação ou federação na Câmara Federal, e de forma igualitária. Isso **significa que 90% (noventa por cento) do tempo será dividido proporcionalmente com base no número de Deputados Federais que o partido, coligação ou federação obteve na última eleição, enquanto os 10% (dez por cento) restantes serão divididos igualmente entre todos os partidos, coligações ou federações.**

2- Como funciona?

Vale ressaltar que a Lei nº 13.107/15 alterou o artigo 47, parágrafo 7º da Lei nº 9.504, que passou a ter a seguinte redação:

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

No entanto, o Supremo Tribunal Federal (STF) entende que esse dispositivo (parágrafo 7º) vai contra sua jurisprudência consolidada, portanto, **novos partidos têm o direito de considerar os deputados federais que migraram para suas fileiras. Essa posição pode ser consultada na Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) 5.105.**

No que se refere ao tema, o § 2º preceitua que:

*“§ 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: (Redação dada pela Lei nº 12.875, de 2013) (Vide ADI-5105). 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;** (Redação dada pela Lei no 14.211, de 2021). II - 10% (dez por cento) distribuídos igualmente. (Redação dada pela Lei no 13.165, de 2015)”*

ATENÇÃO: Em casos de coligações para a eleição majoritária com mais de 6 partidos, somente entraram para a conta de número de deputados federais, os 6 maiores partidos que a integram.

ATENÇÃO: Para as eleições gerais, como as eleições para Senador da República, a distribuição do tempo de propaganda varia de acordo com o número de cargos em disputa, que podem ser 1 ou 2 senadores a cada eleição, devido ao mandato de 8 anos.

ELEIÇÕES MUNICIPAIS

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Accesse as
questões

1- O que é?

Para finalizar o tema, vamos agora abordar a divisão do tempo nas Eleições Municipais.

Nas eleições municipais, a propaganda eleitoral gratuita para o cargo de prefeito ocorre de **segunda a sábado**, nos seguintes horários:

- **No rádio: das 7:00 às 7:10 e das 12:00 às 12:10.**
- **Na TV: das 13:00 às 13:10 e das 20:30 às 20:40.**

É importante notar que a propaganda eleitoral por blocos agora é exclusiva para o cargo de prefeito, não havendo mais blocos para o cargo de vereador.

RESUMO - Prefeito e Vereador – propaganda em inserções:

As inserções, para as eleições municipais, obedecem aos seguintes critérios:

- **Tempo total: 70 minutos, de segunda a sábado;**
- **Inserções de 30 e 60 segundos, a critério do partido, coligação ou federação;**
- **60% do tempo para o cargo de prefeito;**
- **40% do tempo para o cargo de vereador.**

PROPAGANDA NO RÁDIO E NA TV - INSERÇÕES

1- O que é?

Primeiramente, cabe esclarecer “o que são essas propagandas em inserções?” **Simples, são aqueles comerciais irritantes que interrompem a programação normal das emissoras de TV** em espaços curtos de tempo durante esses intervalos comerciais.

Características dessas inserções:

- **As inserções terão uma duração máxima de 30 a 60 segundos, sendo permitido um limite diário de 70 minutos de inserções durante a programação.**
- **As inserções serão veiculadas todos os dias da semana, de segunda a domingo.**
- **O horário de veiculação das inserções será das 5 da manhã até as 24 horas.**
- **O tempo total de inserções diárias, ou seja, os 70 minutos, será dividido na proporção de 60% para os candidatos a Prefeito e 40% para os candidatos a Vereador.**
- **O tempo de inserções será dividido entre os partidos/coligações de acordo com uma proporção de 90% proporcional ao número de Deputados Federais e 10% de forma igualitária.**
- **As inserções serão organizadas em 3 blocos: 1o bloco das 5 às 11 horas, 2o bloco das 11 às 18 horas e 3º bloco das 18 às 24 horas.**
- **É proibida a divulgação de mensagens que podem degradar ou ridicularizar candidatos, partidos ou coligações.**

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Acerte as
questões

2- Como funciona?

ATENÇÃO: 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.

PROPAGANDA NA INTERNET

1- O que é?

Atualmente, a internet é o meio mais eficiente para fins publicitários: empresas, organizações e até mesmo pessoas comuns utilizam esse meio incrível de divulgação para promover seus produtos, serviços, preferências e até mesmo momentos pessoais. Nesse contexto, os políticos perceberam o enorme potencial das mídias sociais e começaram a utilizar a propaganda eleitoral nesse ambiente.

No entanto, a regulamentação e disciplinamento dessa nova modalidade de propaganda eleitoral foram estabelecidos de forma tardia, por meio da Lei nº 12.034 de 2009. Com a entrada em vigor desta lei, todos os requisitos da propaganda eleitoral na internet foram estabelecidos no ordenamento jurídico, sendo os principais:

- **Serviço veiculado gratuitamente, na maioria dos casos, ou por meio de pagamento de impulsionamento.**
- Ser veiculada no próprio site do candidato, com endereço eletrônico informado à Justiça Eleitoral e hospedado por provedor de serviços de internet estabelecido no país.
- Será enviada por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação.
- Ser veiculada em blogs, redes sociais, mensagens instantâneas e plataformas similares.
- Ser veiculada no site do partido ou coligação, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado por provedor de serviços de internet estabelecido no país.

2- Como funciona?

No que se refere ao tema, DECOREM o dispositivo abaixo:

“Lei nº 9.504/97. 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. § 1º É vedada, ainda que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral na internet, em sítios:

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

A propaganda na internet é permitida após o dia 15 de agosto do ano da eleição, portanto a partir do dia 16 de agosto, **o candidato pode veicular em post de forma GRATUITA sua campanha ou poderá IMPULSIONAR O POST.** O TSE já decidiu que, para a caracterização de propaganda antecipada na

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Accesse as
questões

internet, é preciso que esta seja ostensiva, com pedido de voto e referência expressa à futura candidatura (Ac.-TSE, de 24.2.2015, no AgR-REspe nº 27354 e, de 5.8.2014, no REspe nº 2949).

A propaganda na internet é autorizada nas seguintes formas:

- Em sítio do candidato, do partido ou da coligação, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de Internet estabelecido no país;
- Por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação;
- 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 conteúdo.

ATENÇÃO: “Lei nº 9.504/97. 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.” Exemplificando: Imaginemos uma situação em que o personagem Carlos decide utilizar o banco de dados de uma Autarquia para enviar e-mails promocionais em favor de um candidato político, sem a autorização prévia dessas pessoas. Ele pretende fazer isso para favorecer o candidato e obter vantagens em troca após as eleições. Gabriela, com seu conhecimento jurídico, explica que essa conduta é expressamente proibida pela lei eleitoral, conforme o artigo 57-E. Camila destaca que a venda ou utilização de cadastros eletrônicos de forma irregular fere a privacidade e a liberdade dos cidadãos, além de comprometer a lisura do processo eleitoral.

Desinformação e Fake News nas Eleições:

A disseminação de desinformação e fake news durante os processos eleitorais **representa uma ameaça significativa à integridade e à legitimidade da democracia**. Em um cenário cada vez mais digitalizado, a propagação de informações falsas se tornou mais rápida e disseminada, ampliando os desafios enfrentados pelos eleitores na busca pela verdade. Nessa medida, atente-se aos tópicos a seguir:

1. Medidas:

- Possibilidade de suspensão temporária de perfis, contas ou canais em mídias sociais.
- Suspensão do acesso a serviços de plataforma digital em caso de descumprimento de determinações judiciais.

2. Dever de Transmitir Informações Corretas (Res. TSE 23610/2019 - Art. 9º):

- Os participantes do processo eleitoral têm o dever de transmitir informações corretas e confiáveis aos eleitores.

3. Propaganda na Internet:

- Autorizada após 15 de agosto do ano da eleição, a partir do dia 16 de agosto.
- Caracterização de propaganda antecipada na internet requer ostensividade, pedido de voto e referência expressa à futura candidatura (Ac.-TSE de 24.2.2015 e 5.8.2014).
- Formas autorizadas incluem sítio do candidato, partido ou coligação, mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente, blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas, e aplicações de Internet sem contratação de impulsionamento de conteúdo.

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Accesse as
questões

IMPULSIONAMENTO

1- O que é?

O impulsionamento é uma **prática em que os candidatos pagam aos provedores de redes sociais para ampliar o alcance de suas propagandas eleitorais**. A Lei nº 13.488/17 regulamentou essa modalidade e estabeleceu diretrizes específicas. Seguem algumas disposições relevantes da legislação:

“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).

§ 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.”

“Art. 57-B. § 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. (Incluído pela Lei no 13.488, de 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.”

Portanto, da leitura dos dispositivos acima verifica-se questões importantes a respeito do impulsionamento de conteúdo, ou seja, estratégias utilizadas para aumentar o alcance de determinada publicação. **A lei veda a contratação de impulsionamento por parte de pessoas naturais, e também 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 lei proíbe que pessoas naturais contratem serviços de impulsionamento de conteúdo para fins eleitorais. Isso significa que apenas partidos políticos, coligações, candidatos ou seus representantes podem realizar o impulsionamento de conteúdo, desde que identificado de forma clara como propaganda eleitoral paga.

Além disso, a legislação proíbe o uso de ferramentas de impulsionamento de conteúdo não fornecidas pelo provedor da aplicação de internet. Mesmo que essas ferramentas sejam gratuitas, sua utilização para modificar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral, seja própria ou de terceiros, é vedada.

2- Como funciona?

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Acesse as
questões

Nos termos do art. 57-E, é vedada a utilização, doação ou cessão de cadastro eletrônico de clientes, em favor de candidatos, partidos ou coligações, para as pessoas relacionadas no artigo 24 desta Lei, quais sejam:

- 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.

ATENÇÃO: O TSE também decidiu que o Conselho Regional de Medicina que utiliza seu cadastro de associados para manifestar opinião política contrária a candidato viola o disposto na legislação (Ac.-TSE, de 3.10.2014, no R-Rp nº 115714).

O descumprimento da norma sujeita o responsável à aplicação de multa. O candidato beneficiado também será multado quando comprovado seu prévio conhecimento.

RESUMO - Impulsioneamento de Conteúdo na Internet:

1. **Vedação ao Impulsioneamento Pago por Pessoas Naturais:** As pessoas naturais, ou seja, indivíduos comuns, estão proibidas de realizar propaganda eleitoral paga na internet, incluindo o impulsioneamento de conteúdos. Isso significa que os cidadãos não podem pagar por serviços de promoção de suas mensagens políticas ou de candidatos em plataformas online. Portanto, pode-se pagar para impulsar as postagens, desde que o conteúdo seja produzido pelo próprio partido ou candidato.
2. **Vedação ao Impulsioneamento na Pré-Campanha Eleitoral:** Proibição da contratação de impulsioneamento pelo candidato durante a pré-campanha eleitoral.
3. **Proibição de Impulsioneamento para Criticar Candidatos:** Vedação à propaganda eleitoral por meio de impulsioneamento de conteúdo na Internet com o objetivo de criticar candidatos a cargo eletivo.
4. **Identificação Inequívoca e Contratação Exclusiva:** Permitido o impulsioneamento pago, com identificação inequívoca de quem foi pago. Deve constar na publicação o número do CNPJ ou CPF do responsável -> exclusiva por partido, coligação, candidato ou seus representantes.
5. **Vedação ao Uso de Cadastro Eletrônico de Clientes para Fins Eleitorais:**
6. **Proibição da utilização, doação ou cessão de cadastro eletrônico de clientes em favor de candidatos, partidos ou coligações.**
7. **Restrições aplicáveis a entidades estrangeiras, órgãos públicos, entidades de direito privado beneficiárias de contribuição compulsória, entidades de classe, entidades esportivas, organizações não-governamentais com recursos públicos, entre outras.**

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Accesse as
questões

8. **Consequências do Descumprimento:** aplicação de multa, sendo que o candidato beneficiado também é passível de multa quando comprovado seu prévio conhecimento.
9. **Não há problema em contratar pessoas para gerenciar as veiculações do partido. O que não é permitido é a contratação de pessoal para difamar outro candidato.**

ARTS. 57-A A 57-J DA LEI Nº 9504/97

- A propaganda na internet é permitida **após o dia 15 de agosto do ano da eleição, portanto a partir do dia 16 de agosto.**
- A propaganda na internet é autorizada nas seguintes formas: em sítio do candidato, do partido ou da coligação; por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados pelo candidato, partido ou coligação; 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.**
- A lei veda a contratação de impulsionamento por parte de pessoas naturais.
- É vedada a contratação de impulsionamento pelo candidato durante a pré-campanha eleitoral e a propaganda eleitoral por meio de impulsionamento de conteúdo na Internet com o objetivo de criticar candidatos a cargo eletivo
- É permitido o impulsionamento pago desde que exista identificação inequívoca de que a propaganda **foi publicada através de conteúdo impulsionado pago, constando da publicação o número do CNPJ ou CPF do responsável**, e que a contratação seja feita exclusivamente por partido, coligação, candidato ou seus representantes.
- É vedada a utilização, doação ou cessão de cadastro eletrônico de clientes, em favor de candidatos, partidos ou coligações, para as pessoas relacionadas no artigo 24 da Lei.

"Lei nº 9.504/97. 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."

DEBATES

1- O que é?

De acordo com o art. 46 da Lei nº 9.504/97, os **debates podem ser realizados nos meios de comunicação durante o período eleitoral, independentemente da veiculação de propagandas gratuitas no rádio e na TV.**

ATENÇÃO: 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.

Os partidos políticos que possuem **pelo menos cinco membros no Congresso Nacional (incluindo Deputados Federais e Senadores da República)** terão o direito subjetivo de participar de debates

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Acesse as
questões

eleitorais, tanto para candidaturas a cargos majoritários quanto proporcionais. O Tribunal Superior Eleitoral estabeleceu o seguinte entendimento em relação às coligações eleitorais:

- Nas eleições proporcionais, não é mais permitida a coligação.
- Nas eleições majoritárias, considera-se a representação dos seis maiores partidos que fazem parte da coligação.

Isso foi esclarecido na Consulta 6275 realizada ao TSE em 2016:

"A norma contida no artigo 46 da Lei nº 9.504/97 deve ser interpretada considerando, para eleições proporcionais, a representatividade de todos os partidos que compõem uma coligação específica e, para eleições majoritárias, a soma dos representantes dos seis maiores partidos que integram a coligação, de forma análoga ao método de distribuição do tempo de propaganda eleitoral gratuita, conforme estabelecido no artigo 47, §2º, I, da mesma lei."

Esses debates podem ocorrer em mais de um dia e devem respeitar a proporção de homens e mulheres.

2- Como funciona?

A programação do debate deve ser previamente estabelecida e divulgada pela emissora: a ordem de fala de cada candidato, bem como o dia do debate, pode ser determinada por sorteio, a menos que haja um acordo entre as partes interessadas para estabelecer uma ordem diferente.

Para que os debates possam ocorrer no **PRIMEIRO TURNO**, os partidos devem chegar a um acordo para definir as regras. O esclarecimento sobre as regras dos debates é fornecido pelo parágrafo quinto do artigo 46 da Lei mencionada:

"§ 5º. Para os debates que se realizarem no primeiro turno das eleições, serão consideradas aprovadas as regras, inclusive as que definam o número de participantes, que obtiverem a concordância de pelo menos 2/3 (dois terços) dos candidatos aptos, no caso de eleição majoritária, e de pelo menos 2/3 (dois terços) dos partidos com candidatos aptos, no caso de eleição proporcional. (Redação dada pela Lei nº 14.211, de 2021)"

No que se refere aos debates realizados na internet, conforme já decidiu o TSE, as regras de tratamento isonômico aos candidatos não se impõem (Ac.-TSE, de 16.6.2010, na Cta nº 79636).

ATENÇÃO:

- **Será admitido a realização de debates sem a presença de algum candidato, desde que o veículo de comunicação comprove que foi convidado com antecedência mínima de 72 horas.**
- **É vedada a presença de um mesmo candidato a eleição proporcional em mais de um debate da mesma emissora.**
- **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.**

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Accesse as
questões

Veiculação de Debates:

- 1. Principais Pontos:** Debates não são considerados parte da propaganda eleitoral gratuita. As emissoras têm a faculdade, ou não, de realizá-los.
- 2. Regras para Debates:** Assegurar a participação nos debates dos candidatos dos partidos com representação de pelo menos cinco parlamentares no Congresso Nacional. Facultar a participação de candidatos de partidos que não cumpram essa cota.
- 3. Debates na Internet:** Para debates realizados na internet, não há imposição de regras de tratamento isonômico aos candidatos.
- 4. Convites e Participação:** As emissoras que organizam debates devem convidar os candidatos, comprovando o convite feito com, no mínimo, 72 (setenta e duas) horas de antecedência. A presença e participação dos candidatos nos debates são facultativas.



REPRESENTAÇÃO NAS PROPAGANDAS

1- O que é?

As representações relativas à propaganda irregular devem ser **acompanhadas de provas da autoria ou prévio conhecimento do beneficiário**. Quando ilícitos forem comprovados, o Juiz Eleitoral exercerá seu poder de polícia para remover o conteúdo ilegal e, se necessário, impor as penalidades previstas em lei ao autor.

Súmula 18 do TSE: 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 9504/97.

Da leitura da Súmula acima esclarece-se que o juiz eleitoral tem o poder de suspender, de ofício, uma propaganda eleitoral ilícita. Portanto, quando age de ofício, o juiz eleitoral não pode aplicar multa.

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Acerte as
questões

Cabe destacar que a suspensão da propaganda é **uma medida cautelar para cessar imediatamente a divulgação do conteúdo ilegal, enquanto a aplicação de multas é uma penalidade que pode ser imposta após a devida análise e processo regular.**

2- Como funciona?

“Lei nº 9.504/97. Art. 41-A §3º: A representação contra as condutas vedadas no caput poderá ser ajuizada até a data da diplomação.”

AIME: Até 15 dias após a diplomação.

AIJE: Até a data da diplomação.

De acordo com o Art. 41-A §3º da Lei nº 9.504/97, a representação contra condutas vedadas pode ser ajuizada até a data da diplomação. Essa regra refere-se à **representação por descumprimento das normas de condutas vedadas durante o período eleitoral.**

No que diz respeito à AIME (Ação de Impugnação de Mandato Eletivo) pode ser ajuizada até 15 dias após a diplomação. **A AIME é uma ação judicial específica para impugnar mandatos eletivos por irregularidades graves que possam ter influenciado no resultado da eleição.**

Quanto à AIJE (Ação de Investigação Judicial Eleitoral) pode ser ajuizada até a data da diplomação. Esta ação é **destinada a investigar e apurar irregularidades durante o processo eleitoral, como abuso de poder econômico, abuso de poder político, uso indevido dos meios de comunicação, entre outros.**

Sobre o **poder de polícia na propaganda**, ele se limita a garantir que as regras estabelecidas pela legislação eleitoral sejam cumpridas, como por exemplo, coibir o uso de propaganda eleitoral irregular, mas não inclui censura prévia em relação ao conteúdo dos programas a serem veiculados. Ou seja, não se trata de proibir conteúdos, mas sim de garantir que estejam em conformidade com a lei eleitoral.

Etapas do Procedimento Sumaríssimo e Poder de Polícia na Propaganda Eleitoral:

1. Representação:

Seguirá procedimento sumaríssimo conforme o artigo 96 da Lei nº 9504/97. Observará as determinações da Resolução TSE nº 23608/2019.

2. Propaganda de Acordo com a Legislação:

Propaganda eleitoral em conformidade com a legislação não pode resultar em multas ou cerceamento.

O poder de polícia na propaganda eleitoral é exercido para inibir práticas ilegais.

3. Exercício do Poder de Polícia:

Juízes eleitorais, dentro de suas circunscrições, e juízes auxiliares da propaganda designados pelos TRE's atuam no exercício do poder de polícia durante o processo eleitoral.

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Acesse as
questões

4. Limites do Poder de Polícia:

Restrito às ações necessárias para prevenir práticas ilegais na propaganda eleitoral.

Não inclui censura prévia quanto ao conteúdo dos programas a serem exibidos na televisão, rádio ou internet.

RESUMO das Permissões e Restrições na Propaganda Eleitoral:

1. Até o dia anterior à eleição:

Permitido: Distribuição de material gráfico; caminhadas, carreatas, passeatas ou carros de som com jingles ou mensagens de candidatos; circulação de carros de som e minitrios para propaganda eleitoral; utilização de trios elétricos proibida, **exceto** para sonorização de comícios.

2. Vedado, desde 48 horas antes até 24 horas depois da eleição:

Veiculação de qualquer propaganda política em rádio ou TV; realização de comícios ou reuniões públicas. **Exceção:** propaganda gratuita na internet, em página, blog, site interativo ou social, ou em outros meios eletrônicos da candidata ou do candidato, ou no portal do partido, federação ou coligação.

3. Dia da eleição (até o término da votação):

Proibição de aglomeração com vestuário padronizado e instrumentos de propaganda, caracterizando manifestação coletiva, com ou sem veículos; eleitores podem manifestar preferência individual e silenciosa por partido, coligação ou candidato com bandeiras, broches, dísticos ou adesivos; proibição de servidores da Justiça Eleitoral e fiscais de partido usarem vestuário ou objetos de propaganda.

4. Fiscais de partido:

Uso de vestuário padronizado ou qualquer elemento de propaganda é vedado; crachás de identificação devem conter nome e sigla do partido/coligação.

5. Representação e poder de polícia na propaganda:

Irregularidades na propaganda eleitoral são apuradas por meio de representação; o candidato é responsável se, intimado sobre propaganda irregular, não providenciar retirada ou regularização em 48 horas, ou se a responsabilidade e conhecimento ficarem evidentes no caso concreto; o poder de polícia é exercido para garantir o cumprimento das regras da propaganda eleitoral.

DIREITO DE RESPOSTA

1- O que é?

Conforme estabelecido pelo artigo 5º da Constituição Federal, todos os cidadãos têm o direito de resposta proporcional ao dano/agravo, bem como o direito à indenização por danos morais, materiais ou à imagem.

Esse direito está diretamente relacionado à liberdade de manifestação, uma vez que a liberdade de manifestação é um direito fundamental que permite às pessoas expressarem suas opiniões, inclusive em contextos políticos. No entanto, esse direito **não é absoluto e deve ser exercido de forma responsável, respeitando os limites legais e éticos**. Nessa medida, o direito de resposta é uma ferramenta legal que permite à pessoa alvo de informações inverídicas ou prejudiciais responder publicamente para corrigir os fatos e proteger sua reputação. **Exemplificando: Durante uma campanha política, o candidato João foi alvo de uma matéria de jornal que circulou na sua região. O material continha**

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Acesse as
questões

informações falsas sobre seu caráter e capacidade como político. Sentindo-se prejudicado, João decidiu exercer seu direito de resposta. João, por meio de uma nota no mesmo jornal, esclareceu os pontos distorcidos e apresentou argumentos para refutar as acusações. Ele utilizou o mesmo meio em que foi distribuído (jornal), garantindo que a resposta alcançasse o mesmo público atingido pelo agravo. Assim, o direito de resposta proporcional ao agravo permitiu que João corrigisse as informações prejudiciais, preservando sua reputação e contribuindo para um ambiente político mais justo e equilibrado.

2- Como funciona?

Nesse contexto, a legislação eleitoral, em seu artigo 58, **prevê que a partir da escolha dos candidatos em convenção, eles terão o direito de resposta garantido.** Além disso, esse direito de resposta não se restringe apenas aos candidatos envolvidos no processo eleitoral, mas também se estende aos partidos e coligações que forem diretamente ou indiretamente atingidos. Dessa forma, a legislação busca garantir a **proteção dos direitos e a reparação de eventuais danos causados por informações falsas, caluniosas ou difamatórias durante o período eleitoral.**

Vejamos a literalidade da lei:

“Art. 58, §3º, III, “c”, da lei 9.504/97: 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. (...) § 3º Observar-se-ão, ainda, as seguintes regras no caso de pedido de resposta relativo a 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;***
*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.**”*

No que se refere à hipótese destacada acima, caso o candidato utilize indevidamente o tempo de direito de resposta, ou seja, sem responder à ofensa, está sujeito às seguintes penalidades: **subtração de tempo idêntico do seu programa eleitoral ou, tratando-se de terceiros, suspensão de igual tempo em eventuais novos pedidos de resposta e multa.**

QUESTÃO DE PROVA

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 será levado ao ar tantas vezes quantas forem necessárias para completar um minuto.

Certo. Conforme literalidade do artigo acima

O pedido de direito de resposta deve ser manejado pelo ofendido ou seu representante legal, e o prazo para sua interposição é contado a partir da veiculação da ofensa:

- **24 (vinte e quatro) horas, quando a ofensa foi veiculada no horário eleitoral gratuito;**

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Accesse as
questões

- **48 (quarenta e oito) horas, quando a ofensa foi veiculada na programação normal das emissoras de rádio e televisão;**
- **72 (setenta e duas) horas, quando a ofensa foi veiculada em órgão da imprensa escrita;**
- **A qualquer tempo, quando a ofensa foi veiculada em conteúdo que esteja sendo divulgado na Internet, ou em 72 (setenta e duas) horas, após a sua retirada.**

RESUMO da Propaganda na Internet e Direito de Resposta:

1. Período de Autorização: Permitida a partir de 16 de agosto do ano da eleição.
2. Formas Autorizadas: Em sítio do candidato, do partido ou da coligação; Por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente; Por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de Internet gerados ou editados por candidatos, partidos ou coligações; Contratação de impulsionamento pago permitida com identificação inequívoca e exclusivamente por partido, coligação, candidato ou seus representantes.
3. **Vedação ao Uso de Cadastro Eletrônico de Clientes:** Proibição da utilização, doação ou cessão de cadastro eletrônico de clientes para candidatos, partidos ou coligações, em relação a entidades e pessoas específicas listadas na legislação.

Direito de Resposta:

1. Concessão do Direito de Resposta: Remédio jurídico contra publicações inverídicas durante o processo eleitoral.
2. Meios de Comunicação Abrangidos: jornais, periódicos, transmissões de rádio, televisão e internet.
3. Concessão Gratuita e Forma de Publicação: A resposta será publicada de forma gratuita e no mesmo meio/forma onde ocorreu a ofensa.
4. Prazos para Interposição do Pedido: No horário eleitoral gratuito, o pedido deverá ser feito no prazo de um dia, contado a partir da veiculação do programa. Já na propaganda eleitoral na internet, o pedido poderá ser feito enquanto a ofensa estiver sendo veiculada, ou no prazo de três dias, contados da sua retirada.
5. Início do Prazo nas Ofensas da Imprensa Escrita: Contado a partir da data da edição em que a ofensa foi veiculada.

O trâmite do procedimento do pedido de resposta precisa ser extremamente rápido, em razão das consequências na campanha da veiculação de ofensas contra o candidato. Sendo assim, **a lei das eleições estabelece o seguinte trâmite para o pedido de direito de resposta:**

1. Recebido o pedido de direito de resposta, o ofensor será notificado imediatamente, devendo apresentar defesa no prazo de vinte e quatro horas;
2. Decorrido o prazo, com ou sem manifestação do ofensor, deve ser prolatada decisão por parte da autoridade judicial eleitoral;
3. Da decisão proferida cabe recurso à instância superior (art. 58, §5º da Lei nº 9504/97), no prazo de vinte e quatro horas contados da publicação em cartório ou sessão, assegurado ao recorrido o mesmo prazo de vinte e quatro horas, contadas do recebimento da notificação, para oferecimento de contrarrazões;

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Accesse as
questões

4. A decisão deverá ser proferida em até vinte e quatro horas (art. 58, §6º da Lei nº 9504/97), sob pena de imputação, à autoridade judiciária, do crime previsto no artigo 345 do Código Eleitoral (art. 58, §7º da Lei nº 9504/97).

Para esclarecer melhor, se a ofensa ocorreu em uma revista como a “ISTOE”, o direito de resposta também será veiculado na “ISTOE”, ocupando o mesmo espaço, local, página e tamanho correspondentes à ofensa original. Essa regra garante a proporcionalidade e a visibilidade adequada da resposta. **Exemplificando:** Durante a campanha política, Claudio, candidato a Deputado Estadual, foi alvo de uma notícia falsa em um jornal. Luís: (lendo o jornal) Olha só, Claudio está sendo difamado aqui. Isso é terrível! Gabriela: (decidida) Vamos solicitar o direito de resposta para esclarecer a verdade. Bruno: (curioso) Como funciona isso? Camila: (explicando) Se o pedido for aceito, nossa resposta será publicada no mesmo jornal, ocupando o mesmo espaço da notícia falsa. Fábio: (animado) Podemos garantir que a verdade seja conhecida! Claudio: (agradecido) Vamos seguir os trâmites legais para corrigir essa situação.

É importante observar que os procedimentos para o direito de resposta em caso de ofensas veiculadas na programação normal das emissoras e no horário eleitoral gratuito são semelhantes. No entanto, no horário eleitoral gratuito, a resposta será veiculada no mesmo horário em que ocorreu a ofensa, garantindo assim a mesma visibilidade e alcance de público para a resposta do ofendido.

Por fim, vamos abordar o procedimento do direito de resposta quando a ofensa é veiculada na internet. Nesse caso, a legislação prevê que a resposta deverá ser disponibilizada no mesmo espaço, local, página ou seção em que ocorreu a ofensa, com destaque adequado e pelo mesmo tempo em que a mensagem ofensiva ficou disponível.

Além disso, é importante ressaltar que o provedor de serviço de internet será notificado para que promova a divulgação da resposta no prazo estabelecido pela Justiça Eleitoral. Dessa forma, o direito de resposta na internet busca garantir que a resposta do ofendido seja amplamente divulgada no mesmo espaço em que ocorreu a ofensa, permitindo que a correção da informação seja realizada de forma efetiva.

CAPTAÇÃO ILÍCITA DE SUFRÁGIO – ART. 41-A DA LEI Nº 9504/97

1- O que é?

A captação ilícita de sufrágio trata acerca de formas de corrupção eleitoral, na modalidade compra de votos. Sobre o tema, cabe analisarmos a literalidade da lei:

“Lei 9504/97, 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 Ufirs, 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.

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Accesse as
questões

§ 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.”

Em outras palavras: Para configurar uma conduta vedada durante o período eleitoral, é necessário que haja um sujeito ativo que realize uma ou mais ações típicas, como doar, oferecer, prometer ou entregar algo ao eleitor, com o objetivo específico de obter o voto desse eleitor. Além disso, **essa conduta deve ocorrer dentro do período que vai desde o pedido de registro de candidatura até o dia da eleição**, inclusive. Esses são os elementos essenciais para caracterizar uma prática ilegal durante o processo eleitoral.

ATENÇÃO: Não há exigência, portanto, de pedido explícito de voto, bastando a evidência do dolo, consistente no especial fim de agir.

Não há proibição para que um determinado candidato que prometer oferecer dinheiro, dádiva, vantagem em troca de voto de eleitor sofra responsabilidade criminal eleitoral (triplice responsabilização em âmbito administrativo, civil e penal).

A doação indiscriminada de combustível a eleitores caracteriza captação ilícita de sufrágio.

2- Como funciona?

A representação fundada no artigo 41-A da Lei nº 9504/97 seguirá o rito processual estabelecido no artigo 22 da LC nº 64/90, ou seja, o rito da **AIJE – Ação de Investigação Judicial Eleitoral**. Essa representação pode ser ajuizada até a data da diplomação, sendo que o prazo para recurso em face das decisões proferidas será de três dias, contados da publicação no Diário Oficial.

RESUMO da Captação Ilícita de Sufrágio:

1. Requisitos para Configuração:
 - Capitação expressa no artigo 41-A da Lei nº 9504/97.
 - Elemento temporal: prática no período eleitoral.
 - Especial fim de agir: vontade de obter o voto do eleitor.
 - Conjunto probatório robusto para comprovação do ilícito.
3. Elementos Necessários:
 - Sujeito ativo praticando núcleos típicos (doando, oferecendo, prometendo ou entregando).
 - Eleitor, determinado ou determinável, como destinatário da conduta.
 - Especial fim de agir: obtenção do voto do eleitor.
 - Requisito temporal: da data do pedido de registro de candidatura até o dia da eleição, inclusive.
 - Não requer pedido explícito de voto, bastando a evidência do dolo.
4. Rito Processual e Representação:
 - A representação segue o rito da AIJE (Ação de Investigação Judicial Eleitoral) conforme o artigo 22 da LC nº 64/90.
 - Pode ser ajuizada até a data da diplomação.

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Acesse as
questões

CONDUTAS PERMITIDAS E PROIBIDAS NO DIA DA ELEIÇÃO

1- O que é?

O dia da eleição é um dia de absoluto silêncio. Nessa medida, é proibida, por exemplo, a veiculação de propaganda por meio de carros de som ou qualquer forma de sonorização fixa. Vamos analisar o que é permitido e o que a legislação estabelece como proibido no dia da eleição:

“Lei nº 9.504/97. Art. 72. § 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 carreatas; II - a distribuição de material de propaganda política, inclusive volantes e outros impressos, ou a prática de aliciamento, coação ou manifestação tendentes a influir na vontade do eleitor. II - a arregimentação de eleitor ou a propaganda de boca de urna; (Redação dada pela Lei no 11.300, de 2006); III - a divulgação de qualquer espécie de propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos.”

2- Como funciona?

ATENÇÃO: a legislação eleitoral também proíbe, no dia da votação, a aglomeração de pessoas vestindo roupas padronizadas e portando instrumentos de propaganda, de forma a caracterizar uma manifestação coletiva, seja com o uso de veículos ou não, até o encerramento da votação.

Entretanto, cabe lembrar que a legislação permite a manifestação individual, porém, sob a condição de ser realizada de forma silenciosa. Vejamos:

“Lei nº 9.504/97. 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.**”

Exemplificando: Durante o dia das eleições, na fila para votar, a eleitora Joana decide expressar sua preferência por um candidato. Joana: (sorrindo) Vou mostrar meu apoio ao candidato que escolhi. Fabio: (curioso) O que você vai fazer? Joana: (exibindo um broche) Apenas usando esse broche aqui. É uma maneira silenciosa de manifestar meu apoio. Fernandão: (nervoso) Lembre-se, Joana, é importante que a manifestação seja individual e não perturbe a ordem no local de votação.

ATENÇÃO: É proibido aos servidores da Justiça Eleitoral, mesários, escrutinadores e outras pessoas que estejam diretamente envolvidas na logística do pleito eleitoral o uso de qualquer vestuário ou objeto que contenha propaganda.

Número de acertos = _____

Questões resolvidas



Accesse as
questões