

PROPAGANDA POLÍTICA



ESCOLA JUDICIÁRIA ELEITORAL DA BAHIA



Tribunal
Regional
Eleitoral
da Bahia

PROPAGANDA POLÍTICA

JAIME BARREIROS NETO



**É proibida a reprodução total ou parcial desta obra
sem a autorização expressa do autor.**

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DA BAHIA
ESCOLA JUDICIÁRIA ELEITORAL DA BAHIA

1ª Avenida do Centro Administrativo da Bahia, nº150,
CEP 41.745-901-Salvador-BA
Tel.: (071)3373-7445/7188/7156/7376

Presidente

Maurício Kertzman Szporer

Vice-Presidente e Corregedor

Abelardo Paulo da Matta Neto

Membros do Tribunal

Moacyr Pitta Lima Filho

Iran Esmeraldo Leite

Danilo Costa Luiz

Carina Cristiane Canguçu Virgens

Patrícia Didier de Moraes Pereira

Procurador Regional Eleitoral

Cláudio Alberto Gusmão Cunha

Diretor da Escola Judiciária Eleitoral da Bahia

Moacyr Pitta Lima Filho

Coordenador da Escola Judiciária Eleitoral da Bahia

Joaquim Moura Costa Sampaio

Seção de Pesquisas e Publicações Acadêmicas

Ana Rejane Catunda de Carvalho

Jaime Barreiros Neto

Marta Cristina Jesus Santiago

Editoração

Neemias Sena dos Santos

SUMÁRIO

1.	O que é propaganda política?	4
2.	Quais são as espécies de propaganda política previstas na legislação?	4
3.	O que a lei não considera como propaganda eleitoral extemporânea (antes do dia 16 de agosto do ano eleitoral)?	5
4.	É permitido o impulsionamento pago de anúncios no período da pré-campanha (antes do dia 16 de agosto)?	7
5.	O que é o poder de polícia da Justiça Eleitoral relativo à propaganda política?	8
6.	Que medidas o TSE e a legislação eleitoral preveem como instrumentos de combate à desinformação nas eleições?	9
7.	Quais os deveres dos provedores de aplicação que prestem serviços de impulsionamento de propagandas na internet?	9
8.	O que caracteriza conteúdo político-eleitoral para fins de impulsionamento de anúncios na internet?	12
9.	É possível a realização de propaganda política em língua estrangeira?	12
10.	De quem é a responsabilidade pela produção e divulgação de propaganda política?	13
11.	É permitido o uso de inteligência artificial na propaganda eleitoral?	13
12.	Avatares e chatbots podem ser utilizados na comunicação entre candidatos e eleitores?	14
13.	O eleitor pode pedir sugestões sobre em quem votar a ferramentas de inteligência artificial?	14
14.	É possível o uso de técnicas de "deep fake" na propaganda eleitoral?	15
15.	É possível a determinação, pela Justiça Eleitoral, da remoção de conteúdos irregulares de propaganda eleitoral na internet?	15
16.	Como funciona o Direito de Resposta?	17
17.	O que pode e o que não pode na propaganda eleitoral?	18



1. O QUE É PROPAGANDA POLÍTICA?

A propaganda política é um conjunto de técnicas de convencimento utilizada para conduzir ou suggestionar pessoas na tomada de decisões. Revela-se, assim, como uma espécie de publicidade voltada não apenas à divulgação de fatos e ideias, mas, principalmente à conquista de adeptos e apoiadores dessas ideias.

2. QUAIS SÃO AS ESPÉCIES DE PROPAGANDA POLÍTICA PREVISTAS NA LEGISLAÇÃO?

Três são as espécies de propaganda política existentes no Brasil: a propaganda partidária, a propaganda intrapartidária e a propaganda eleitoral.

A propaganda partidária tem como objetivo promover a difusão dos programas partidários; a transmissão de mensagens, por parte das agremiações partidárias, dirigidas aos filiados, bem como a divulgação da posição dos partidos em relação a temas político-comunitários. A reforma eleitoral de 2017, extinguiu a propaganda partidária gratuita no rádio e na TV a partir de janeiro de 2018, a qual, no entanto, foi recriada pela Lei 14.291, de 03 de janeiro de 2022.

A propaganda intrapartidária, por sua vez, é aquela prevista no § 1º do artigo 36 da Lei das Eleições (Lei nº. 9.504/97), segundo o qual “ao postulante a candidatura a cargo eletivo é permitida a realização, na quinzena anterior à escolha pelo partido, de propaganda intrapartidária com vista à indicação de seu nome, vedado o uso de rádio, televisão e outdoor”.

Já a propaganda eleitoral é a espécie mais importante de propaganda política, dirigida à conquista do voto do eleitor, sendo permitida somente após o dia 15 de agosto do ano eleitoral (ou seja, a partir do dia 16), conforme regra estabelecida pela Lei nº. 13.165/15, que alterou o calendário eleitoral. Até as eleições de 2014, a propaganda eleitoral era autorizada a partir do dia 06 de julho do ano eleitoral.

¹ Cartilha elaborada por Jaime Barreiros Neto, Analista Judiciário do Tribunal Regional Eleitoral da Bahia, Doutor em Ciências Sociais e Mestre em Direito pela UFBA e Professor da Faculdade de Direito da UFBA.



3. O QUE A LEI NÃO CONSIDERA COMO PROPAGANDA ELEITORAL EXTEMPORÂNEA (ANTES DO DIA 16 DE AGOSTO DO ANO ELEITORAL)?

De acordo com o artigo 36-A da Lei das Eleições, não configuram propaganda eleitoral antecipada, desde que não envolvam pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos e os seguintes atos, que poderão ter cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via internet:

I- a participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, observado pelas emissoras de rádio e de televisão o dever de conferir tratamento isonômico;

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

III- a realização de prévias partidárias e a respectiva distribuição de material informativo, a divulgação dos nomes dos filiados que participarão da disputa e a realização de debates entre os pré-candidatos;

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

V- a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais;

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

VII- campanha de arrecadação prévia de recursos na modalidade prevista no inciso IV do § 4º do art. 23 da Lei das Eleições (a popularmente conhecida “vaquinha virtual”, autorizada a partir do dia 15 do mês de maio do ano eleitoral).



Será considerada propaganda eleitoral antecipada a convocação, por parte do presidente da República, das(os) 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 pessoas ligadas ou instituições.

Não é considerado propaganda eleitoral extemporânea, antes do dia 16 de agosto, a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive em shows, apresentações e performances artísticas, redes sociais, blogs, sítios eletrônicos pessoais e aplicativos (apps). Não se inclui nesta situação a contratação ou a remuneração de pessoas naturais ou jurídicas com a finalidade específica de divulgar conteúdos político-eleitorais em favor de terceiros.

Os atos mencionados como permitidos no período da pré-campanha poderão ser realizados em live exclusivamente nos perfis e canais de pré-candidatas, pré-candidatos, partidos políticos e coligações, vedada a transmissão ou retransmissão por emissora de rádio, por emissora de televisão ou em site, perfil ou canal pertencente a pessoa jurídica.

Considera-se propaganda antecipada passível de multa aquela divulgada extemporaneamente cuja mensagem contenha pedido explícito de voto, ou que veicule conteúdo eleitoral em local vedado ou por meio, forma ou instrumento proscrito no período de campanha. O pedido explícito de voto não se limita ao uso da locução “vote em”, podendo ser inferido de termos e expressões que transmitam o mesmo conteúdo. (art. 3^a-A, parágrafo único da Resolução TSE nº 23.610/2019).

Não é considerado propaganda eleitoral extemporânea a manifestação espontânea, sem financiamento direto ou indireto de pré-candidatas, pré-candidatos, partidos ou federações, em ambientes universitários, escolares, comunitários ou de movimentos sociais, desde que não comprometa a regular prestação dos serviços, respondendo os responsáveis por eventuais abusos nos termos da lei.



4. É PERMITIDO O IMPULSIONAMENTO PAGO DE ANÚNCIOS NO PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA (ANTES DO DIA 16 DE AGOSTO)?

O impulsionamento pago de conteúdo político-eleitoral relacionado aos atos de pré-campanha somente é permitido quando cumpridos cumulativamente os seguintes requisitos:

I- o serviço seja contratado por partido político ou pela pessoa natural que pretenda se candidatar diretamente com o provedor de aplicação;

II- não haja pedido explícito de voto;

III- os gastos sejam moderados, proporcionais e transparentes;

IV- sejam observadas as regras aplicáveis ao impulsionamento durante a campanha.

Ficam vedadas a publicação e a republicação, ainda que gratuitas, bem como o impulsionamento pago de novos conteúdos sintéticos produzidos ou alterados por inteligência artificial ou por tecnologias equivalentes que utilizem imagem, voz ou manifestação de candidata ou candidato ou de pessoa pública, mesmo que rotulados e em conformidade com as demais exigências deste artigo, no período compreendido entre as 72 (setenta e duas) horas que antecedem e as 24 (vinte e quatro) horas que sucedem o término do pleito.

Os provedores de aplicação que disponibilizarem serviços de impulsionamento de conteúdo político-eleitoral devem viabilizar campo específico para que o responsável pela propaganda declare o uso de inteligência artificial ou de tecnologia equivalente.

O provedor de aplicação de internet que possibilite o impulsionamento pago de conteúdos deverá contar com canal de comunicação com suas usuárias e 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. Esta regra, contudo, não se aplica quando conteúdo veicular:



I- informações falsas ou sem comprovação técnica que descredibilizem a integridade do sistema eletrônico de votação;

II- incitação de crimes contra o Estado Democrático de Direito;

III- publicações que fomentem a subversão da ordem constitucional ou a ruptura da normalidade institucional democrática;

IV- violência política contra a mulher; situações em que o provedor de aplicação de internet deve adotar as providências necessárias para tornar indisponível o conteúdo ilícito, independentemente de determinação judicial, garantindo, em qualquer caso, a comunicação ao usuário dos motivos que levaram à exclusão da publicação e a possibilidade de recorrer da moderação.

5. O QUE É O PODER DE POLÍCIA DA JUSTIÇA ELEITORAL RELATIVO À PROPAGANDA POLÍTICA?

De acordo com o artigo 41 da Lei das Eleições, o poder de polícia é um poder administrativo, exercido pelo juiz eleitoral, que tem como objetivo a coibição e a inibição de práticas ilegais relacionadas à propaganda eleitoral, vedada a censura prévia sobre o teor dos programas e das matérias jornalísticas a serem exibidos na televisão, na rádio, na internet e na imprensa escrita.

O poder de polícia sobre a propaganda eleitoral será exercido por juízas ou juízes designadas (os) pelos tribunais regionais eleitorais.

A propaganda exercida nos termos da legislação eleitoral não poderá ser objeto de multa nem cerceada sob alegação do exercício do poder de polícia ou de violação de postura municipal.



6. QUE MEDIDAS O TSE E A LEGISLAÇÃO ELEITORAL PREVEEM COMO INSTRUMENTOS DE COMBATE À DESINFORMAÇÃO NAS ELEIÇÕES?

De acordo com a Resolução TSE nº 23.610/19, é vedada a divulgação ou compartilhamento de fatos sabidamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que atinjam a integridade do processo eleitoral, inclusive os processos de votação, apuração e totalização de votos, devendo o juízo eleitoral, a requerimento do Ministério Público, determinar a cessação do ilícito, sem prejuízo da apuração de responsabilidade penal, abuso de poder e uso indevido dos meios de comunicação.

A utilização, na propaganda eleitoral, de qualquer modalidade de conteúdo, inclusive veiculado por terceiras(os), pressupõe que a candidata, o candidato, o partido, a federação ou a coligação tenha verificado a presença de elementos que permitam concluir, com razoável segurança, pela fidedignidade da informação.

Sem prejuízo das sanções pecuniárias específicas, os atos de propaganda eleitoral que importem abuso do poder econômico, abuso do poder político ou uso indevido dos meios de comunicação social, independentemente do momento de sua realização ou verificação, poderão ser examinados na forma prevista no art. 22 da Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990.

Constitui crime, punível com detenção de 2 (dois) meses a 1 (um) ano ou pagamento de 120 (cento e vinte) a 150 (cento e cinquenta) dias-multa, divulgar, na propaganda eleitoral ou durante período de campanha eleitoral, fatos que sabe inverídicos em relação a partidos ou candidatas e candidatos e capazes de exercer influência perante a eleitora e o eleitor. Nas mesmas penas incorre quem produz, oferece ou vende vídeo com conteúdo inverídico acerca de partidos ou candidatas e candidatos.

7. QUAIS OS DEVERES DOS PROVEDORES DE APLICAÇÃO QUE PRESTEM SERVIÇOS DE IMPULSIONAMENTO DE PROPAGANDAS NA INTERNET?

O provedor de aplicação que preste serviço de impulsionamento de conteúdos político-eleitorais, inclusive sob a forma de priorização de resultado de busca, deverá:



I- manter repositório desses anúncios para acompanhamento, em tempo real, do conteúdo, dos valores, dos responsáveis pelo pagamento e das características dos grupos populacionais que compõem a audiência (perfilamento) da publicidade contratada;

II- disponibilizar ferramenta de consulta, acessível e de fácil manejo, que permita realizar busca avançada nos dados do repositório que contenha, no mínimo buscas de anúncios a partir de palavras-chave, termos de interesse e nomes de anunciantes, acesso a informações precisas sobre os valores despendidos, o período do impulsionamento, a quantidade de pessoas atingidas e os critérios de segmentação definidos pela(o) anunciante no momento da veiculação do anúncio e coletas sistemáticas, por meio de interface dedicada (application programming interface – API), de dados de anúncios, incluindo seu conteúdo, gasto, alcance, público atingido e responsáveis pelo pagamento.

É dever do provedor de aplicação de internet, que permita a veiculação de conteúdo político-eleitoral, a adoção e a publicização de medidas para impedir ou diminuir a circulação de fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que possam atingir a integridade do processo eleitoral, incluindo:

I- a elaboração e a aplicação de termos de uso e de políticas de conteúdo compatíveis com esse objetivo;

II- a implementação de instrumentos eficazes de notificação e de canais de denúncia, acessíveis às pessoas usuárias e a instituições e entidades públicas e privadas;

III- o planejamento e a execução de ações corretivas e preventivas, incluindo o aprimoramento de seus sistemas de recomendação de conteúdo;

IV- a transparência dos resultados alcançados pelas ações mencionadas no inciso III do caput deste artigo;

V- a elaboração, em ano eleitoral, de avaliação de impacto de seus serviços sobre a integridade do processo eleitoral, a fim de implementar medidas eficazes e proporcionais para mitigar os riscos identificados, incluindo quanto à violência política de gênero, e a implementação das medidas previstas neste artigo;



VI- o aprimoramento de suas capacidades tecnológicas e operacionais, com priorização de ferramentas e funcionalidades que contribuam para o alcance do objetivo de integridade eleitoral.

É vedado ao provedor de aplicação, que comercialize qualquer modalidade de impulsionamento de conteúdo, inclusive sob a forma de priorização de resultado de busca, disponibilizar esse serviço para veiculação de fato notoriamente inverídico ou gravemente descontextualizado que possa atingir a integridade do processo eleitoral.

O provedor de aplicação, que detectar conteúdo ilícito ou for notificado de sua circulação pelas pessoas usuárias, deverá adotar providências imediatas e eficazes para fazer cessar o impulsionamento, a monetização e o acesso ao conteúdo e promoverá a apuração interna do fato e de perfis e contas envolvidos para impedir nova circulação do conteúdo e inibir comportamentos ilícitos, inclusive pela indisponibilização de serviço de impulsionamento ou monetização.

A Justiça Eleitoral poderá determinar que o provedor de aplicação veicule, por impulsionamento e sem custos, o conteúdo informativo que elucide fato notoriamente inverídico ou gravemente descontextualizado antes impulsionado de forma irregular, nos mesmos moldes e alcance da contratação.

Os provedores de aplicação serão solidariamente responsáveis, civil e administrativamente, quando não promoverem a indisponibilização imediata de conteúdos e contas, durante o período eleitoral, nos seguintes casos de risco:

I- de condutas, informações e atos antidemocráticos caracterizadores de violação aos artigos 296, parágrafo único; 359-L, 359- M, 359-N, 359-P e 359-R do Código Penal;

II- de divulgação ou compartilhamento de fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que atinjam a integridade do processo eleitoral, inclusive os processos de votação, apuração e totalização de votos;



III- de grave ameaça, direta e imediata, de violência ou incitação à violência contra a integridade física de membros e servidores da Justiça eleitoral e Ministério Público eleitoral ou contra a infraestrutura física do Poder Judiciário para restringir ou impedir o exercício dos poderes constitucionais ou a abolição violenta do Estado Democrático de Direito;

IV- de comportamento ou discurso de ódio, inclusive promoção de racismo, homofobia, ideologias nazistas, fascistas ou odiosas contra uma pessoa ou grupo por preconceito de origem, raça, sexo, cor, idade, religião e quaisquer outras formas de discriminação;

V- de divulgação ou compartilhamento de conteúdo fabricado ou manipulado, parcial ou integralmente, por tecnologias digitais, incluindo inteligência artificial, em desacordo com as formas de rotulagem trazidas na Resolução 23.609/19.

8. O QUE CARACTERIZA CONTEÚDO POLÍTICO-ELEITORAL PARA FINS DE IMPULSIONAMENTO DE ANÚNCIOS NA INTERNET?

Caracteriza conteúdo político-eleitoral, independente da classificação feita pela plataforma, aquele que versar sobre eleições, partidos políticos, federações e coligações, cargos eletivos, pessoas detentoras de cargos eletivos, pessoas candidatas, propostas de governo, projetos de lei, exercício do direito ao voto e de outros direitos políticos ou matérias relacionadas ao processo eleitoral.

9. É POSSÍVEL A REALIZAÇÃO DE PROPAGANDA POLÍTICA EM LÍNGUA ESTRANGEIRA?

A propaganda, qualquer que seja sua forma ou modalidade, mencionará sempre a legenda partidária e só poderá ser feita em língua nacional, não devendo empregar meios publicitários destinados a criar, artificialmente, na opinião pública, estados mentais, emocionais ou passionais. A restrição ao emprego de meios publicitários destinados a criar, artificialmente, na opinião pública, estados mentais, emocionais e passionais não pode ser interpretada de forma a inviabilizar a publicidade das candidaturas ou embaraçar a crítica de natureza política, devendo-se proteger, no maior grau possível, a liberdade de pensamento e expressão.



10. DE QUEM É A RESPONSABILIDADE PELA PRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO DE PROPAGANDA POLÍTICA?

A propaganda, qualquer que seja sua forma ou modalidade, mencionará sempre a legenda partidária. Na propaganda para eleição majoritária, a federação e a coligação usarão, obrigatoriamente, sob a sua denominação, as legendas de todos os partidos políticos que as integram. O caso de coligação integrada por federação partidária, deve constar da propaganda o nome da federação e de todos os partidos políticos, inclusive daqueles reunidos em federação. De acordo com o princípio da responsabilidade na propaganda política, toda propaganda é de responsabilidade dos partidos políticos, federações partidárias e coligações, solidários com os candidatos e correligionários, sendo todos responsáveis pelos abusos e excessos que vierem a cometer.

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

11. É PERMITIDO O USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA PROPAGANDA ELEITORAL?

A propaganda, qualquer que seja sua forma ou modalidade, mencionará sempre a legenda partidária e só poderá ser feita em língua nacional, não devendo empregar meios publicitários destinados a criar, artificialmente, na opinião pública, estados mentais, emocionais ou passionais. A restrição ao emprego de meios publicitários destinados a criar, artificialmente, na opinião pública, estados mentais, emocionais e passionais não pode ser interpretada de forma a inviabilizar a publicidade das candidaturas ou embaraçar a crítica de natureza política, devendo-se proteger, no maior grau possível, a liberdade de pensamento e expressão.



Esta regra, contudo, não se aplica - aos ajustes destinados a melhorar a qualidade de imagem ou de som; à produção de elementos gráficos de identidade visual, vinhetas e logomarcas; bem como a recursos de marketing de uso costumeiro em campanhas, como a montagem de imagens em que pessoas candidatas e apoiadoras aparentam figurar em registro fotográfico único utilizado na confecção de material impresso e digital de propaganda.

É vedada a utilização, na propaganda eleitoral, qualquer que seja sua forma ou modalidade, de conteúdo fabricado ou manipulado para difundir fatos notoriamente inverídicos ou descontextualizados com potencial para causar danos ao equilíbrio do pleito ou à integridade do processo eleitoral.

12. AVATARES E CHATBOTS PODEM SER UTILIZADOS NA COMUNICAÇÃO ENTRE CANDIDATOS E ELEITORES?

O uso de chatbots, avatares e conteúdos sintéticos como artifício para intermediar a comunicação de campanha com pessoas naturais submete-se ao dever de transparência e informação, vedada qualquer simulação de interlocução com a pessoa candidata ou outra pessoa real. O descumprimento desta regra impõe a imediata remoção do conteúdo ou indisponibilidade do serviço de comunicação, por iniciativa do provedor de aplicação ou determinação judicial.

13. O ELEITOR PODE PEDIR SUGESTÕES SOBRE EM QUEM VOTAR A FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL?

É vedado aos provedores de aplicação que ofereçam sistemas de inteligência artificial ou por tecnologia equivalente, ainda que solicitado pela(o) usuária(o):

I- ranquear, recomendar, sugerir ou priorizar candidatas(os), campanhas, partidos políticos, federações ou coligações;

II- emitir opiniões, indicar preferência eleitoral, recomendar voto ou realizar qualquer forma de favorecimento ou desfavorecimento político-eleitoral, de maneira direta ou indireta, inclusive por meio de respostas automatizadas;



III- criar ou promover alterações em fotografia, vídeo ou outro registro audiovisual que contenha cena de sexo, nudez ou pornografia envolvendo candidata ou candidato;

IV- formular publicidade eleitoral que represente ato de violência política contra a mulher.

14. É POSSÍVEL O USO DE TÉCNICAS DE “DEEP FAKE” NA PROPAGANDA ELEITORAL?

É proibido o uso, para prejudicar ou para favorecer candidatura, de conteúdo sintético em formato de áudio, vídeo ou combinação de ambos, que tenha sido gerado ou manipulado digitalmente, ainda que mediante autorização, para criar, substituir ou alterar imagem ou voz de pessoa viva, falecida ou fictícia (deep fake). O descumprimento desta regra configura abuso do poder político e uso indevido dos meios de comunicação social, acarretando a cassação do registro ou do mandato, e impõe apuração das responsabilidades nos termos do § 1º do art. 323 do Código Eleitoral, sem prejuízo de aplicação de outras medidas cabíveis quanto à irregularidade da propaganda e à ilicitude do conteúdo.

15. É POSSÍVEL A DETERMINAÇÃO, PELA JUSTIÇA ELEITORAL, DA REMOÇÃO DE CONTEÚDOS IRREGULARES DE PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET?

A atuação da Justiça Eleitoral em relação a conteúdos divulgados na internet deve ser realizada com a menor interferência possível no debate democrático. Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, as ordens judiciais de remoção de conteúdo divulgado na internet serão limitadas às hipóteses em que, mediante decisão fundamentada, sejam constatadas violações às regras eleitorais ou ofensas a direitos de pessoas que participam do processo eleitoral.

A ausência de identificação imediata da usuária ou do usuário responsável pela divulgação do conteúdo não constitui circunstância suficiente para o deferimento do pedido de remoção de conteúdo da internet.



A ordem judicial que determinar a remoção de conteúdo divulgado na internet fixará prazo razoável para o cumprimento, não inferior a 24 (vinte e quatro) horas, e deverá conter, sob pena de nulidade, a URL e, caso inexistente esta, a URI ou a URN do conteúdo específico, observados, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.965/2014, o âmbito e os limites técnicos de cada provedor de aplicação de internet.

O provedor responsável pela guarda de dados e registros eletrônicos somente será obrigado a disponibilizar os registros de conexão e de acesso a aplicações de internet, de forma autônoma ou associados a dados cadastrais, a dados pessoais ou a outras informações disponíveis que possam contribuir para a identificação da usuária ou do usuário.

Os provedores de aplicação serão solidariamente responsáveis, civil e administrativamente, quando não promoverem a indisponibilização imediata de conteúdos e contas, durante o período eleitoral, nos seguintes casos de risco:

I– de condutas, informações e atos antidemocráticos que atentem contra o Estado de Direito;

II– de divulgação ou compartilhamento de fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados que atinjam a integridade do processo eleitoral, inclusive os processos de votação, apuração e totalização de votos;

III– de grave ameaça, direta e imediata, de violência ou incitação à violência contra a integridade física de membros e servidores da Justiça eleitoral e Ministério Público eleitoral ou contra a infraestrutura física do Poder Judiciário para restringir ou impedir o exercício dos poderes constitucionais ou a abolição violenta do Estado Democrático de Direito;

IV– de comportamento ou discurso de ódio, inclusive promoção de racismo, homofobia, ideologias nazistas, fascistas ou odiosas contra uma pessoa ou grupo por preconceito de origem, raça, sexo, cor, idade, religião e quaisquer outras formas de discriminação;

V– de divulgação ou compartilhamento de conteúdo sintético gerado ou modificado por inteligência artificial ou por tecnologia equivalente, em desacordo com as regras de rotulagem ou incidente nas vedações previstas nesta Resolução;



VI- de publicações que reproduzam, no todo ou em parte, conteúdo idêntico ou substancialmente equivalente àquele que já tenha sido objeto de ordem de indisponibilização pela Justiça Eleitoral, no exercício do poder de polícia ou no âmbito de ações eleitorais, quando os provedores de aplicação, cientes da decisão, deixarem de promover sua indisponibilização imediata, independentemente de nova ordem judicial específica; e

VII- de violência política contra a mulher.

16. COMO FUNCIONA O DIREITO DE RESPOSTA?

Prevê o artigo 58 da Lei nº. 9.504/97 que “a partir da escolha de candidatos em convenção, é assegurado o direito de resposta a candidato, partido ou coligação atingidos, ainda que de forma indireta, por conceito, imagem ou afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa ou sabidamente inverídica, difundidos por qualquer veículo de comunicação social”.

O ofendido, ou seu representante legal, poderá pedir o exercício do direito de resposta à Justiça Eleitoral nos seguintes prazos, contados a partir da veiculação da ofensa:

I- vinte e quatro horas, quando se tratar do horário eleitoral gratuito;

II- quarenta e oito horas, quando se tratar da programação normal das emissoras de rádio e televisão;

III- setenta e duas horas, quando se tratar de órgão da imprensa escrita;

IV- a qualquer tempo, quando se tratar de conteúdo que esteja sendo divulgado na internet, ou em 72 (setenta e duas) horas, após a sua retirada.

Recebido o pedido, a Justiça Eleitoral notificará imediatamente o ofensor para que se defenda em vinte e quatro horas, devendo a decisão ser prolatada no prazo máximo de setenta e duas horas da data da formulação do pedido.

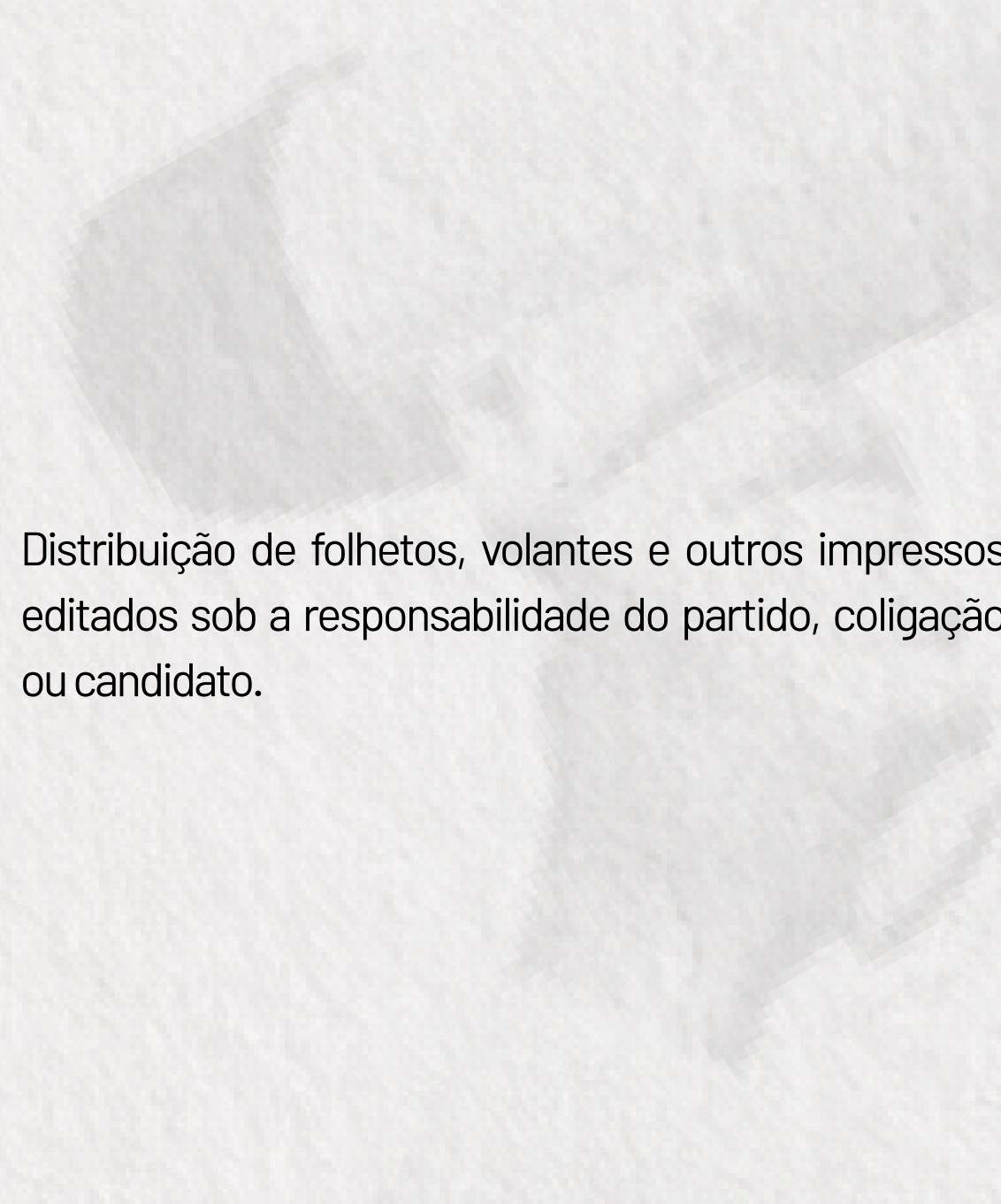


Os pedidos de direito de resposta e as representações por propaganda eleitoral irregular em rádio, televisão e internet tramitarão preferencialmente em relação aos demais processos em curso na Justiça Eleitoral.

17. O QUE PODE E O QUE NÃO PODE NA PROPAGANDA ELEITORAL?

CONDUTA	PREVISÃO LEGAL
Propaganda eleitoral nos bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do poder público, ou que a ele pertençam, e nos de uso comum, inclusive postes de iluminação pública e sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus e outros equipamentos urbanos.	é vedada a veiculação de propaganda de qualquer natureza, inclusive pichação, inscrição a tinta e exposição de placas, estandartes, faixas, cavaletes, bonecos e assemelhados (art. 37, caput, da Lei das Eleições).
Propaganda em cinemas, clubes, lojas, centros comerciais, templos, igrejas, estádios, ainda que de propriedade privada.	Aplica-se a vedação do art. 37, caput, da Lei das Eleições, tendo em vista que os referidos bens são considerados de uso comum, para fins eleitorais.
Propaganda eleitoral em bens públicos e particulares.	Não é permitida a veiculação de material de propaganda eleitoral em bens públicos ou particulares, exceto de: I – bandeiras ao longo de vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos; II – adesivo plástico em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, desde que não exceda a 0,5 m ² (meio metro quadrado).
Propaganda eleitoral nas dependências do Poder Legislativo.	Permitida, a critério da Mesa Diretora da Casa (art. 37, § 3º da Lei nº 9.504/97).
Propaganda eleitoral em árvores e jardins localizados em áreas públicas.	Proibida, de acordo com o § 5º do art. 37 da Lei das Eleições.
Propaganda eleitoral em árvores e jardins localizados em áreas privadas.	Proibida, conforme redação do § 2º do artigo 37 da Lei das Eleições, estabelecida pela reforma eleitoral de 2017.
Propaganda eleitoral em muros, cercas e tapumes divisórios.	Não é permitida.

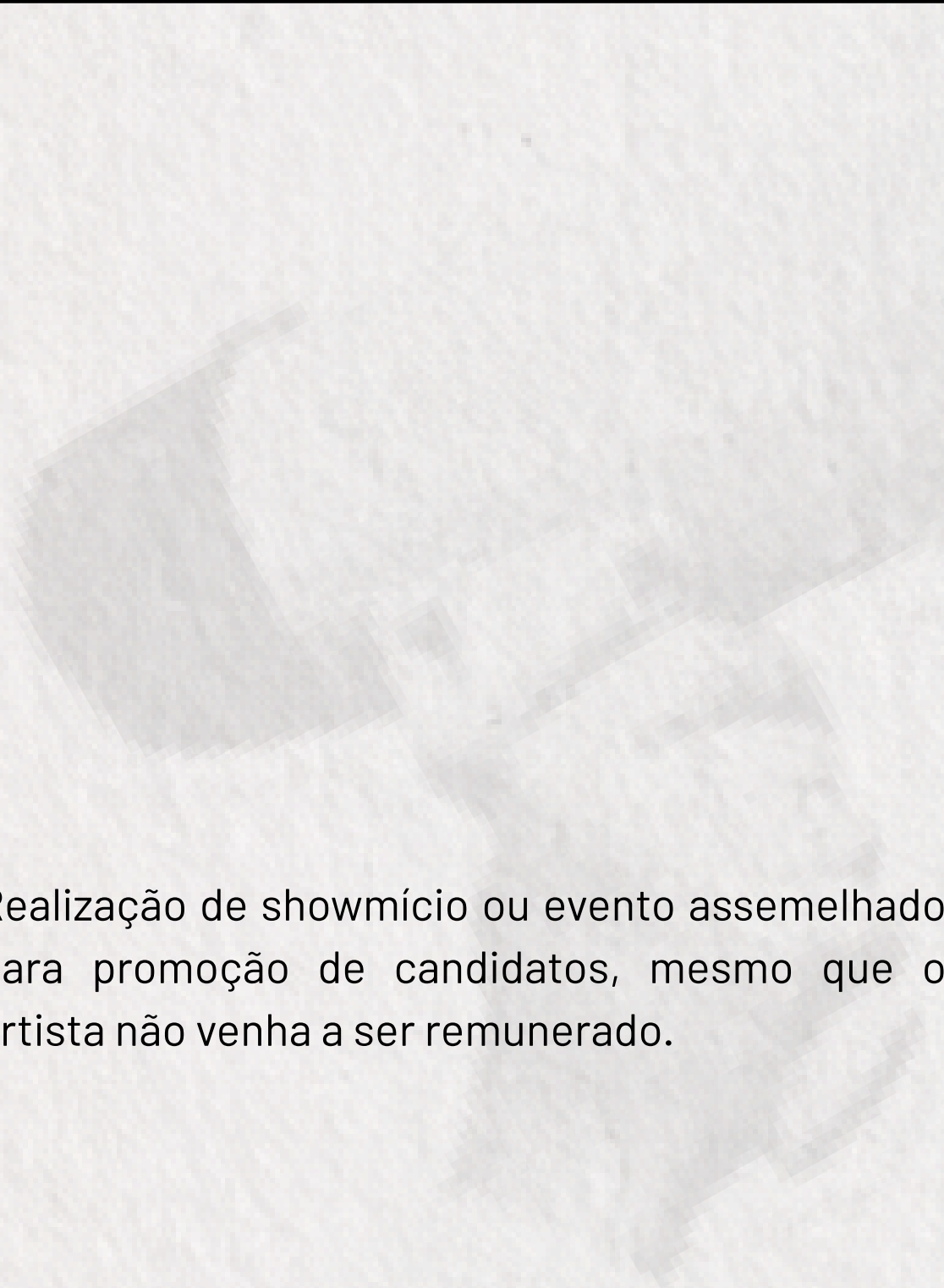


CONDUTA	PREVISÃO LEGAL
Utilização de outdoors	É vedada a propaganda eleitoral mediante outdoors, inclusive eletrônicos.
Colocação de mesas para a distribuição de material de campanha e bandeiras ao longo das vias públicas.	Permitida, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de veículos e pessoas. A mobilidade estará caracterizada com a retirada dos meios de propaganda após as 22 horas até as 06 horas da manhã(art. 37, §§ 6º e 7º da Lei das Eleições).
 Distribuição de folhetos, volantes e outros impressos editados sob a responsabilidade do partido, coligação ou candidato.	Independente de obtenção de licença municipal e de autorização da Justiça Eleitoral. Todo o material impresso de campanha eleitoral deverá conter o número do CNPJ ou CPF do responsável pela confecção, bem como de quem a contratou, e respectiva tiragem. Adesivos distribuídos poderão ter a dimensão máxima de 50 (cinquenta) centímetros por 40(quarenta)centímetros. A veiculação de propaganda eleitoral por meio da distribuição de folhetos ou volantes referentes a pleito majoritário impõe sua oferta em sistema Braille, em proporção escalonada. A impressão em Braille deve observar o percentual de pessoas com deficiência visual existentes no cadastro eleitoral da circunscrição em que a propaganda será veiculada.
Plotagem de veículos	É proibido colar propaganda eleitoral em veículos, exceto adesivos microperfurados até a extensão total do para-brisa traseiro e, em outras posições, adesivos que não excedam a 0,5m² (meio metro quadrado). A justaposição de propaganda cuja dimensão exceda a 0,5m²(meio metro quadrado) caracteriza publicidade irregular, em razão do efeito visual único, ainda que se tenha respeitado, individualmente, o limite previsto.



CONDUTA	PREVISÃO LEGAL
Realização de ato de propaganda em recinto aberto ou fechado.	Não depende de licença da polícia. Deverá ser feita, entretanto, comunicação à autoridade policial com, no mínimo, 24 horas de antecedência (art. 39 da lei das Eleições)
Propaganda na sede do comitê político	As candidatas, os candidatos, os partidos políticos, as federações e as coligações poderão fazer inscrever, na sede do comitê central de campanha, a sua designação, o nome e o número da candidata ou do candidato, em dimensões que não excedam a 4m ² (quatro metros quadrados).
Utilização de carros de som	Permitida até às 22 horas do dia que antecede às eleições. Considera-se carro de som o veículo automotor que usa equipamento de som com potência nominal de amplificação de, no máximo, 10.000 (dez mil) watts. É o carro de som qualquer veículo, motorizado ou não, ou ainda tracionado por animais, que transite divulgando jingles ou mensagens de candidatos. Com a reforma eleitoral de 2017, passou a ser 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, apenas em carreatas, caminhadas e passeatas ou durante reuniões e comícios.
Funcionamento de alto-falantes ou amplificadores de som.	Permitido entre as 08 e as 22 horas, vedada a instalação a menos de 200 metros das sedes dos poderes executivo e legislativo da união, estados, DF e municípios; tribunais judiciais; quartéis e outros estabelecimentos militares; hospitais e casas de saúde; escolas; bibliotecas públicas; igrejas; teatros em funcionamento.
Utilização de aparelhagem de sonorização fixa em comícios.	Permitida no horário compreendido entre as 08 e as 24 horas.
Uso de alto-falantes, amplificadores de som, ou promoção de comícios ou carreatas no dia da eleição.	Vedada, constituindo crime punível com detenção de 06 meses a um ano, com alternativa de prestação de serviços à comunidade, e multa (art. 39, § 5º da Lei das Eleições).



CONDUTA	PREVISÃO LEGAL
Prática de boca-de-urna no dia da eleição.	Vedada, constituindo crime punível com detenção de 06 meses a um ano, com alternativa de prestação de serviços à comunidade, e multa (art. 39, § 5º da Lei das Eleições).
 Realização de showmício ou evento assemelhado para promoção de candidatos, mesmo que o artista não venha a ser remunerado.	É proibida a realização de showmício e de evento assemelhado, presencial ou transmitido pela internet, para promoção de candidatas e candidatos e a apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício e reunião eleitoral, respondendo a pessoa infratora pelo emprego de processo de propaganda vedada e, se for o caso, pelo abuso de poder. Esta proibição não se estende: I – às candidatas e aos candidatos que sejam profissionais da classe artística, cantoras, cantores, atrizes, atores, apresentadoras e apresentadores, que poderão exercer as atividades normais de sua profissão durante o período eleitoral, exceto em programas de rádio e de televisão, na animação de comício ou para divulgação, ainda que de forma dissimulada de sua candidatura ou de campanha eleitoral; e II – às apresentações artísticas ou shows musicais em eventos de arrecadação de recursos para campanhas eleitorais previstos no art. 23, § 4º, V, da Lei nº 9.504/1997. Nesses eventos de arrecadação é livre a manifestação de opinião política e preferência eleitoral pelas(os) artistas que se apresentarem e a realização de discursos por candidatas, candidatos, apoiadoras e apoiadores.



CONDUTA	PREVISÃO LEGAL
Utilização de trios elétricos em campanhas eleitorais.	Vedada, exceto para a sonorização dos comícios (art. 39, § 10 da Lei das Eleições).
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.	Prática vedada pelo § 6º do art. 39 da Lei das Eleições.
Manifestação de preferência do eleitor por partido político, coligação ou candidato no dia da eleição.	É permitido a qualquer tempo o uso de bandeiras, broches, dísticos, adesivos, camisetas e outros adornos semelhantes pela eleitora e pelo eleitor, como forma de manifestação de suas preferências por partido político, federação, coligação, candidata ou candidato.
Uso de vestuário ou objeto que contenha propaganda de partido político, coligação ou de candidato, no recinto das seções eleitorais e juntas apuradoras.	Permitido, salvo para servidores da Justiça Eleitoral, mesários e escrutinadores. Aos fiscais partidários, nos trabalhos de votação, só é permitido que, em seus crachás, constem o nome e a sigla do partido político ou coligação a que sirvam, vedada a padronização do vestuário.
Uso de símbolos, frases ou imagens, associadas ou semelhantes às empregadas por órgão de governo, empresa pública ou sociedade de economia mista.	Prática vedada, constituindo crime, punível com detenção de 06 meses a 01 ano, com a alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo período, e multa (art. 40 da Lei das Eleições).
Propaganda preconceituosa, de guerra ou subversiva	Não será tolerada propaganda, respondendo a pessoa infratora pelo emprego de processo de propaganda vedada e, se for o caso, pelo abuso de poder que veicule preconceitos de origem, etnia, raça, sexo, cor, idade, religiosidade, orientação sexual, identidade de gênero e quaisquer outras formas de discriminação, inclusive contra pessoa em razão de sua deficiência, de guerra, de processos violentos para subverter o regime, a ordem política e social; que provoque animosidade entre as Forças Armadas ou contra elas, ou delas



CONDUTA	PREVISÃO LEGAL
	contra as classes e as instituições civis; de incitamento de atentado contra pessoa ou bens; de instigação à desobediência coletiva ao cumprimento da lei de ordem pública; que caluniar, difamar ou injuriar qualquer pessoa, bem como atingir órgãos ou entidades que exerçam autoridade pública; que deprecie a condição de mulher ou estimule sua discriminação em razão do sexo feminino, ou em relação à sua cor, raça ou etnia.
Utilização de paródias em jingles eleitorais	A autora ou o autor de obra artística ou audiovisual utilizada sem autorização para a produção de jingle, ainda que sob forma de paródia, ou de outra peça de propaganda eleitoral poderá requerer a cessação da conduta, por petição dirigida aos juízes e juízas eleitorais.
Propaganda eleitoral na imprensa escrita.	São permitidas, até a antevéspera das eleições, a divulgação, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 10 anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada candidato, no espaço máximo, por edição, de 1/8 de página de jornal padrão e ¼ de página de revista ou tabloide.
Propaganda eleitoral no rádio e na TV	Restrita ao horário eleitoral gratuito e aos debates eleitorais, vedada a propaganda paga.
Propaganda eleitoral na internet.	Permitida após o dia 15 de agosto do ano da eleição, sempre de forma gratuita, em sítio de candidato, partido ou coligação, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral, em provedor de serviço de internet estabelecido no Brasil. Também é permitida a propaganda eleitoral por meio de blogs, redes sociais, sites de mensagens instantâneas e assemelhados, bem como propaganda eleitoral através de e-mail. Veda-se, na propaganda eleitoral na internet, o anonimato e a veiculação de propaganda em sítios de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos, ou sítios oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta da União, estados, DF e municípios. A partir da reforma eleitoral de 2017, passou a ser permitido o impulsionamento pago de propaganda eleitoral na internet.

