



FACULDADE EVANGÉLICA DE GOIANÉSIA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

PRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO DE MATERIAL DE CAMPANHA  
ELEITORAL: RESPONSABILIZAÇÃO DO PRODUTOR E DIVULGADOR  
DE MATERIAIS IRREGULARES

JOÃO VITOR GOMES VELOZO  
VAGNER JOSÉ DE OLIVEIRA FILHO

Goianésia/GO  
2023

JOÃO VITOR GOMES VELOZO  
VAGNER JOSÉ DE OLIVEIRA FILHO

PRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO DE MATERIAL DE CAMPANHA  
ELEITORAL: RESPONSABILIZAÇÃO DO PRODUTOR E DIVULGADOR  
DE MATERIAIS IRREGULARES

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Faculdade Evangélica de Goianésia (FACEG), em nível de  
bacharel, como requisito parcial para obtenção do título  
de Bacharel em Direito.

Orientador: Me Prof. Thiago Brito Steckelberg

Goianésia/GO  
2023

FOLHA DE APROVAÇÃO

PRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO DE MATERIAL DE CAMPANHA ELEITORAL:  
RESPONSABILIZAÇÃO DO PRODUTOR E DIVULGADOR DE MATERIAIS  
IRREGULARES

Este Artigo Científico foi julgado adequado para a obtenção do título de Bacharel em Direito e  
aprovado em sua forma final pela banca examinadora da Faculdade Evangélica de  
Goianésia/GO- FACEG

Aprovada em, \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de 20....

Nota Final \_\_\_\_\_

Banca Examinadora

Prof.<sup>a</sup> .....

Thiago Brito Steckelberg

Prof. ....

Maísa Dorneles da Silva Bianquine

Prof. ....

Luciano Barbosa da Silva

PRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO DE MATERIAL DE CAMPANHA ELEITORAL:  
RESPONSABILIZAÇÃO DO PRODUTOR E DIVULGADOR DE MATERIAIS  
IRREGULARES

PRODUCTION AND DISSEMINATION OF ELECTORAL CAMPAIGN MATERIAL:  
LIABILITY OF THE PRODUCER AND DISSEMINATOR OF IRREGULAR  
MATERIALS

JOÃO VITOR GOMES VELOZO<sup>1</sup>  
VAGNER JOSÉ DE OLIVEIRA FILHO<sup>1</sup>  
THIAGO BRITO STECKELBERG<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Discente do curso de Direito da Faculdade Evangélica de Goianésia- e-mail: joaocafe433@gmail.com*

<sup>1</sup>*Discente do curso de Direito da Faculdade Evangélica de Goianésia- e-mail: vagner.filho@hotmail.com*

<sup>2</sup>*Docente do curso de Direito da Faculdade Evangélica de Goianésia- e-mail: thiagosteck@gmail.com*

## RESUMO

Tema: produção e divulgação de material de campanha eleitoral: responsabilização do produtor e divulgador de materiais irregulares. Justificativa: a propaganda eleitoral é uma forma mais fácil de difundir a ideologia política de determinado partido ou candidato, na tentativa de obtenção ou manutenção do poder estatal concorrido. Problemática: a propaganda eleitoral tem grande peso durante o período eleitoral e tendo os candidatos obedecido as normas e regras previstas na legislação para sua utilização, não existem motivos para ela não existir. Objetivo: analisar qual a responsabilidade legal na divulgação e produção de material de campanha eleitoral e identificar quais as condutas legais os candidatos devem tomar ao elaborar seu material de campanha. Metodologia: foi realizada uma pesquisa bibliográfica contextualizando o que os principais autores falam a respeito do assunto. Resultados: Enquanto a propaganda eleitoral se caracteriza por sua realização em período pré-eleitoral com objetivo de se conquistar votos, a propaganda partidária tem como objetivo divulgar suas ideias e ideais com o intuito de agregar simpatizantes para o partido político. Considerações Finais: após pesquisas frente ao tema percebe-se que existe uma legislação vigente acompanhada de diretrizes amplas que regra e normaliza a produção e divulgação da propaganda eleitoral. Além disso, essas normas permitem e promovem sanções a candidatos e partidos que atribuem seu material a população de uma forma geral.

PALAVRAS-CHAVE: Propagandas eleitorais; divulgação de material irregular; responsabilização do produto e divulgador.

## ABSTRACT

Theme: production and dissemination of electoral campaign material: liability of the producer and disseminator of irregular materials. Justification: electoral propaganda is the easiest way to disseminate the political ideology of a particular party or candidate, in an attempt to obtain or maintain the state power being sought. Problematic: electoral propaganda carries a lot of weight during the electoral period and if the candidates have obeyed the norms and rules laid down in the legislation for its use, there is no reason for it not to exist. Objective: To analyze the legal responsibility for the dissemination and production of electoral campaign material and to identify what legal conduct candidates should take when preparing their campaign material. Methodology: A bibliographical survey was carried out, contextualizing what the main authors say about the subject. Results: While electoral propaganda is characterized by being carried out in the pre-election period with the aim of winning votes, party propaganda aims to disseminate its ideas and ideals in order to gather sympathizers for the political party. Final considerations: after researching the subject, it is clear that there is legislation in force with broad guidelines that regulate and standardize the production and dissemination of electoral propaganda. In addition, these rules allow for and promote sanctions against candidates and parties that distribute their material to the population in a general way.

KEYWORDS: Electoral propaganda; dissemination of irregular material; liability of the product and disseminator.

## INTRODUÇÃO

Nos dias de hoje, a disputa eleitoral tem como principal atributo de divulgação o marketing. É a partir desse meio que os candidatos divulgam suas ideias e se expõe para o público eleitoral. Além do período de divulgação, as leis existentes buscam ditar quais as regras de produção e divulgação desse material, buscando igualdade competitiva entre os candidatos políticos e a inspeção de qualquer tipo de abuso de poder, seja ele econômico ou político (Macedo; Freitas, 2015).

**De acordo com o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) a propaganda política “são todas as formas de realização de meios publicitários que têm por objetivo conquistar simpatizantes ao conjunto de ideias de um partido e garantir votos”. Existem atualmente diversos tipos de propagandas políticas, podendo estas serem realizadas de acordo com os termos da legislação eleitoral Lei nº 9.504 de 1997 art.41.**

Nesse sentido, a propaganda eleitoral é uma forma mais fácil de difundir a ideologia política de determinado partido ou candidato, na tentativa de obtenção ou manutenção do poder estatal concorrido (Brito; Longhi, 2014). Por meio da propaganda lícita acontece o pluralismo político e a sustentação da democracia, possibilitando a população de conhecer e escolher seus candidatos por meio do conhecimento de suas propostas e ideias. Além disso, ela proporciona a criação de debates e a propostas para a solução de problemas que a população enxerga como primordiais (Velloso; Agra, 2020).

Já com relação a propaganda eleitoral antecipada, a legislação deixa claro que quase tudo é proibido. No entanto, no artigo 36-A é relatado aquilo que o pré-candidato pode fazer antes do período político, algumas delas são: seminários e congressos, realização de encontros, discussão de políticas públicas, realização de prévias partidárias, cobertura dos meios de comunicação social, entrevistas (televisão, rádio e internet), debates legislativos, posicionamento pessoal nas redes sociais, entre outros (Macedo; Freitas, 2015).

Portanto, este trabalho se justifica pela importância de se conhecer a legislação eleitoral, tanto para o público alvo do tema, quanto para a população de forma geral. E ainda, mesmo com a existência e vigência de leis antigas, ainda se tem um aporte

bibliográfico pequeno relacionado ao tema, com tudo isso a pesquisa irá contribuir para base de pesquisas futuras.

Diante disso, destaca-se que, o estudo se baseou nos seguintes questionamentos: Quais as condutas éticas e legais devem ser tomadas por parte dos partidos ou candidatos para que esse material possa ser produzido e divulgado?

Para isso, o objetivo geral foi: analisar qual a responsabilidade legal na divulgação e produção de material de campanha eleitoral e identificar quais as condutas legais os candidatos devem tomar ao elaborar seu material de campanha. E os objetivos específicos foram: verificar quais os meios utilizados para garantir a punição aos indivíduos que infringem a legislação vigente; descrever quais são os órgãos ou agentes que fiscalizam o material de campanha de modo geral e analisar como é colocado em prática o direito eleitoral no período de campanha. Como metodologia de estudo, foi realizada uma pesquisa bibliográfica contextualizando o que os principais autores falam a respeito do assunto.

## 1. EVOLUÇÃO HISTÓRICA DA JUSTIÇA ELEITORAL NO BRASIL

As eleições não são caracterizadas como algo recente no Brasil, sendo utilizada desde sua colonização pelos portugueses. Nesse período os colonizadores realizavam votação com o intuito de eleger quem iria governar as vilas recém fundadas. Esse tipo de eleição foi comumente realizada até o ato de independência, sendo datada em meados de 1532 em uma vila da cidade de São Paulo. No entanto, em 1821 com o grande crescimento econômico do país a população passou a reivindicar representantes brasileiros e sua representação nas decisões da corte. Assim, nesse ano foram realizadas as eleições gerais para escolher quem seria tais representantes (Da Ponte, 2017; TSE, 2023).

Por volta de 1828 as eleições para os governos municipais obedeciam às ordens da corte do rei regente que era dominado por Portugal. As eleições livres quando instalada pode ser realizada por toda população, no entanto após algum tempo passou a ter restrições. Só podiam votar pessoas com 25 anos ou mais que detinham de maior poder aquisitivo. Pessoas como os escravos, as mulheres, os índios e os assalariados não podiam exercer seu voto e escolher os representantes para o governo (Da Rocha, 2018; TSE, 2023).

A Justiça Eleitoral foi criada em 1932, pelo Decreto nº 21.076, de fevereiro de 1932 – o primeiro Código Eleitoral do país. Suas responsabilidades eram preparar, realizar e apurar as eleições, além de reconhecer os eleitos, ou seja, ela era responsável por todo o processo eleitoral, o que a difere, em muito, dos projetos apresentados ao Congresso e mencionados anteriormente. No entanto, sendo a Justiça Eleitoral um órgão Judiciário especializado, encarregado de administrar e julgar casos eleitorais, não se pode dizer que as participações de juízes nas eleições, durante o Império e a Primeira República, sejam o início de sua formação. E, embora muitos políticos da época tenham atribuído à reforma Bueno de Paiva promulgada no governo Wenceslau Brás o primeiro passo para a sua criação, esta também não pode ser considerada como embrião porque, nesta lei, somente a qualificação para as eleições foi confiada à atividade judiciária (Vale, 2014, p. 5).

A criação de partidos políticos só veio por volta de 1945 com o decreto de lei nº 7.586 de 28 de maio. Este decreto deu aos partidos o direito de indicação dos candidatos, o que antes não acontecia. Em 1881, as eleições indiretas foram abolidas pela lei de nº 3.029/1881, que ficou conhecida como Lei Saraiva. Já em 1889, com a proclamação da república um novo período da legislação surgiu, baseado no estilo norte americano. O primeiro decreto eleitoral tratou apenas da qualificação dos eleitores durante o governo provisório de Deodoro da Fonseca (Da Ponte, 2017; Da Rocha, 2018).

A primeira constituição republicana datada por volta de 1891 foi promulgada dois anos após a proclamação da república e criou o sistema presidencialista, onde o presidente e seu vice deve ser eleito através de eleições diretas da nação por uma maioria de votos. Além disso, essa constituição separou o Estado da igreja. Em 1894, surge então a política dos governadores, onde o presidente eleito apoiava os candidatos indicados pelos governadores nas eleições de estado enquanto estes retribuía o favor apoiando o indicado do presidente nas eleições presidenciais (Da Rocha, 2018).

Após isso, surge o período do coronelismo que ficou conhecido pelos grandes proprietários de terras e seu controle do eleitorado regional. Somente em 1916, o então presidente Wenceslau Brás sancionou a Lei de nº 3.139 que confiou ao poder judiciário o papel de executor das leis eleitorais. Quatorze anos depois, em 1930 criou-se a comissão de reforma da legislação eleitoral, resultando no primeiro Código Eleitoral Brasileiro e criação da Justiça Eleitoral. A justiça eleitoral passou a regular todas as eleições no país, sendo elas municipais, estaduais ou federais. As diversas críticas a esse código deram origem em 1935 ao segundo código sem deixar as conquistas do primeiro de lado (Da Rocha, 2018; TSE, 2023).

**No entanto, em 1937 Getúlio Vargas outorgou a “nova ordem”, abolindo os partidos existentes, suspendendo as eleições livres e estabelecendo as eleições indiretas para presidente com mandato de seis anos. Em discordância a isso, em 1945 a**

oposição e a cúpula militar dão um golpe militar em 29 de outubro. Ainda nesse ano, ocorre o decreto de lei nº 7.586 restabelecendo a justiça eleitoral e as eleições, e ainda guardou a liberdade e o sigilo do voto. Já durante o regime militar, foi alterado a duração dos mandatos, assim como a cassação dos direitos políticos e foi decretado eleições indiretas para presidente da república mais uma vez (Da Rocha, 2018).

Depois de um período conturbado, em 1985 foi reestabelecido os dispositivos da constituição federal e as eleições diretas. Ainda nesse ano a lei nº 7.444 implantou o processamento eletrônico de dados e no ano seguinte estabeleceu-se o uso dos títulos eleitorais. Nos anos 2000, todos os eleitores aptos puderam votar por meio das urnas eletrônicas durante as eleições (Da Ponte, 2017; Da Rocha, 2018). De acordo com Macedo e Freitas (2015, p.52):

Seja por continuidade histórica, seja pelo ordenamento jurídico vigente, é inquestionável que a realização de eleições no Brasil compete à Justiça Eleitoral. A incumbência eleitoral foi alocada integralmente no Poder Judiciário, e isso resulta, primeiro, da própria Constituição e, segundo, do complexo sistema normativo instituído pelo próprio Poder Legislativo, tal como o Código Eleitoral e outros estatutos relevantes para o processo eleitoral, como a Lei 9.096/1995 (Lei dos Partidos Políticos), a Lei 9.504/1997 (Lei das Eleições, sucessivamente atualizada), e a Lei Complementar n. 64/1990 (Lei das Inelegibilidades, recentemente atualizada pela LC 135/2010, conhecida como **“Lei da Ficha-Limpa”**).

O judiciário eleitoral brasileiro mostrou-se um relevante ator para a consolidação da democracia, ao menos política. A atuação desse ator permitiu que se garantisse os princípios básicos da democracia representativa, quais sejam, soberania popular garantida por eleições limpas e por resultados seguros.

## 2. O SISTEMA ELEITORAL BRASILEIRO VIGENTE

Inicialmente, cabe considerar que a essência de qualquer sistema de leis que são aplicadas para toda uma comunidade é que elas sejam compreendidas. Se uma lei ou sistema é criado sem que a comunidade, grande ou pequena, consiga compreender seu funcionamento, então o resultado da aplicação da legislação ou sistema será o inevitável fracasso.

A Constituição Federal de 1988 estabeleceu que o direito do voto seria atribuído aos brasileiros maiores de 16 anos que estiverem alistados, sendo facultativo o voto



entre 16 e 18 anos, assim como o dos analfabetos, sendo obrigatório para os maiores de 18 anos. No caso da impossibilidade de votar, o cidadão deve se justificar perante a Justiça Eleitoral em até trinta dias, sob pena de multa e outras sanções disciplinares.

A questão da obrigatoriedade do voto é tema de grande polêmica que merece destaque. Obrigatório desde a sua instituição, pela Constituição outorgada de 1824, a obrigatoriedade do voto divide opiniões.

Segurança, durabilidade e facilidade de manuseio foram algumas das diretrizes assumidas na concepção da urna eletrônica. Vista pelo aspecto material, trata-se de um equipamento simples, de peso reduzido, de fácil armazenamento e transporte. Ela pode ser ligada diretamente na tomada e, em caso de falta de energia, funciona a partir de sua bateria interna ou, ainda, conectada a uma bateria automotiva (TSE, 2009).

Com a antecedência de 180 dias da data das eleições, os partidos políticos e entidades científicas por eles contratadas, a Ordem dos Advogados do Brasil – OAB, o Ministério Público e qualquer cidadão credenciado na Justiça Eleitoral recebem acesso, em ambiente controlado pelo Tribunal Superior Eleitoral, para análise dos programas da urna eletrônica. Após examinar a integridade e segurança dos programas, esses agentes, em conjunto com a Justiça Eleitoral, assinam digitalmente o software. A assinatura digital permite, a qualquer momento – antes, durante e após as eleições –, confirmar a autenticidade e integridade dos programas inseridos nas urnas (TSE, 2009).

### 3. PROPAGANDA POLÍTICA E CRIMES ELEITORAIS RELACIONADOS

A propaganda eleitoral difere da propaganda partidária, que possui o objetivo de explicar as ideias das agremiações e procurar adesões a seus pontos de vista ideológicos. Ambas são espécies do gênero propaganda política, que abrange períodos eleitorais e períodos não eleitorais, consistindo em todas as manifestações em que os cidadãos expõem seus pontos de vista acerca do manuseio da coisa pública (Velloso; Agra, 2020, p.6).

Enquanto a propaganda eleitoral se caracteriza por sua realização em período pré-eleitoral com objetivo de se conquistar votos, a propaganda partidária tem como objetivo divulgar suas ideias e ideais com o intuito de agregar simpatizantes para o partido político. Estas são regulamentadas também através da legislação existente, sendo a primeira pela lei nº 9.504/97 e a segunda pela lei nº 9.096/95. Além desses dois tipos principais, existe a propaganda institucional, que diz respeito a publicidade das

campanhas, obras e serviços, cujo objetivo é informar e orientar a população geral (Velloso; Agra, 2020).

Diversas leis eleitorais preveem figuras típicas penais. Por exemplo: Lei nº 4.737/1965 (Código Eleitoral), Lei nº 6.091/1974 (Transporte de Eleitores), Lei nº 6.996/1982 (Processamento Eletrônico de Dados nos Serviços Eleitorais), Lei nº 7.021/1982 (Escrutínio), Lei Complementar nº 64/1990 (Inelegibilidades), Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições). Conquanto o Direito Eleitoral tenha vários tipos criminais, não conta com uma teoria própria de crime, tampouco detém um arcabouço de regras gerais e princípios que permita dar concretude a tais tipos (Gomes, 2022, p. 35).

**O direito penal na verdade “empresta” ao direito eleitoral toda o seu arcabouço sobre o crime tais como “lugar e tempo do delito, consumação e tentativa, pena e sua aplicação, concurso de pessoas, concurso de crimes, concurso de normas penais, sursis e extinção da pretensão punitiva estatal”. Por isso, o código eleitoral no seu art. 287 relata que “Aplicam-se aos fatos incriminados nesta lei as regras gerais do Código Penal”. Nesse sentido, o crime eleitoral passa a ser apenas uma especificação do crime em geral (Gomes, 2022).**

Pode-se afirmar que nem o código eleitoral e nem suas leis classificam os crimes eleitorais, uma vez que eles recebem a mesma caracterização dos crimes em gerais, sendo: omissivo, comissivo, tentado, de dano, consumado, de ação única ou múltipla, exaurido, instantâneo, conexo, formal, comum, material, entre diversos outros. Ou seja, limitam-se apenas a relacionar os mesmos as condutas consideradas cabíveis de pena (Almeida, 2018).

No entanto, existem algumas divisões para esses crimes como o crime eleitoral puro e o acidental. De acordo com Gomes (2022, p. 9), estes podem ser caracterizados como:

Chama-se puro o crime eleitoral em que a conduta é assim descrita tão só na legislação eleitoral, não encontrando correspondente na legislação penal comum. Cite-se como exemplo o crime de boca de urna previsto no art. 39, § 5º, II, da Lei nº 9.504/1997. Já no crime eleitoral acidental a conduta inquinada é tipificada como crime tanto na legislação eleitoral quanto na comum. Nesse caso, o delito será eleitoral apenas se o fato revestir-se de características ofensivas a bens jurídicos eleitorais. Tome-se como exemplo o delito de falsificação de documento público, que é previsto no art. 348 do CE e também **no art. 297 do CP; naquele caso sua perfeição depende da existência de “fins eleitorais”**. Vale ressaltar que a mera motivação ou mesmo o contexto eleitoral em que a ação delituosa se realiza não faz com que um crime comum não eleitoral se torne eleitoral por acidente. Assim, por exemplo, não constitui crime eleitoral por acidente um homicídio com motivação eleitoral praticado em um comício.

Portanto, qualquer classificação que surja tem apenas o propósito de auxiliar na organização do processo, buscando colocar o crime num lugar mais adequado, facilitando a visualização dos delitos cometidos e como proceder com o processo e a pena cabível (Gomes, 2022).

Com relação aos crimes eleitorais relacionados a propaganda política, de acordo com o Código Eleitoral, art. 356, Lei nº 9.504/97, art. 90, § 1º, e Resolução TSE nº 23.610/19, art. 105 (alterada pela Resolução TSE nº 23.671/21), os partidos políticos e coligação responderam penalmente em casos de propagandas ilícitas, sendo visto como crime eleitoral os seguintes pontos principais:

1-O uso, na propaganda eleitoral, de símbolos, frases ou imagens, associadas ou semelhantes às empregadas por órgão de governo, empresa pública ou sociedade de economia mista. 2-Contratar direta ou indireta de grupo de pessoas com a finalidade específica de emitir mensagens ou comentários na internet para ofender a honra ou denegrir a imagem de candidato, candidata, partido ou coligação. Igualmente incorrem em crime as pessoas contratadas. 3-Divulgar, na propaganda eleitoral ou durante período de campanha, fatos que se sabe inverídicos, em relação a partidos ou candidatas e candidatos, capazes de exercerem influência perante o eleitorado. Também comete crime quem produz, oferece ou vende vídeo com conteúdo inverídico acerca de partidos ou candidatas e candidatos. 4-Caluniar, difamar, ou injuriar alguém, na propaganda, ou visando fins de propaganda. Também comete crime quem, sabendo falsa a imputação, a propala ou a divulga. 5-Inutilizar, alterar ou perturbar meio de propaganda devidamente empregado. 6-Impedir o exercício de propaganda. 7-Fazer propaganda em língua estrangeira. (Barreto, 2004, p. 7).

Nesse sentido, uma propaganda irregular pode ser definida como aquele que fere os dispositivos da legislação vigente. Caso isso ocorra, o candidato ou partido pode receber sanções, que dependerá do tipo de irregularidade e relevância da mesma (multas, perda de tempo destinado a propaganda, impedimento para apresentação de programas, suspensão de sua programação, inelegibilidade, entre outros) (Macedo; Freitas, 2015).

Art. 57-H. Sem prejuízo das demais sanções legais cabíveis, será punido, com multa de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), quem realizar propaganda eleitoral na internet, atribuindo indevidamente sua autoria a terceiro, inclusive a candidato, partido ou coligação. § 1º Constitui crime a contratação direta ou indireta de grupo de pessoas com a finalidade específica de emitir mensagens ou comentários na internet para ofender a honra ou denegrir a imagem de candidato, partido ou coligação, punível com detenção de 2 (dois) a 4 (quatro) anos e multa de R\$ 15.000,00 (quinze mil reais) a R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais). § 2º Igualmente incorrem em crime, punível com detenção de 6 (seis) meses a 1 (um) ano, com alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo período, e multa de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), as pessoas contratadas na forma do § 1º.

No dia da eleição é proibido o uso de alto-falantes e amplificadores de som ou a promoção de comício ou carreata; a arregimentação de eleitor ou a propaganda de boca de urna; a divulgação de qualquer espécie de propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos; e a publicação de novos conteúdos ou o impulsionamento de conteúdos nas aplicações de internet de que trata o artigo 57-B da Lei 9.504/1997 (podem ser mantidos em funcionamento as aplicações e os conteúdos publicados anteriormente) (Da Ponte, 2017).

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 (art. 38, § 1º, da Lei n. 9.504/97). Com a Lei n. 12.891/2013, os folhetos, os volantes e outros impressos, de modo geral todo material de publicidade, devem constar o número do CPF ou do CNPJ do responsável pela sua confecção e o CPF daquele que o contratou, bem como a quantidade de sua tiragem. Assim, é facilitado o controle sobre sua utilização, podendo ser responsabilizado aquele que a realizou ilicitamente (Velloso; Agra, 2020, p. 12).

Outras normas parecidas dizem respeito a propaganda de um conjunto de candidatos ao **mesmo tempo, sendo que “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 (art. 38, § 2º, da Lei n. 9.504/97)” (Velloso; Agra, 2020).**

Vale destacar também que, no dia da votação, somente o eleitor pode manifestar-se, demonstrando sua preferência apenas por meio da utilização de bandeiras, broches, dísticos, adesivos e camisetas. A detenção para quem comete esse crime, previsto no art. 39, § 5º, do Código Eleitoral, é de seis meses a um ano, com a alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo período, e multa (Da Rocha, 2018).

O uso de violência ou grave ameaça para coagir alguém a votar ou não votar em determinado candidato ou partido constitui crime, previsto no Código Eleitoral (artigo 301), mesmo que os fins visados não tenham êxito. A coação pode ser realizada de forma física ou moral, impondo receio à integridade física da vítima ou à perda de benefícios gerais (perda do emprego, fim de pensões públicas, etc.). O crime é punível com até quatro anos de reclusão e multa (Junior; Muscat, 2012).

Os serviços, as instalações e os funcionários de qualquer repartição federal, estadual ou municipal, autarquia, fundação pública, sociedade de economia mista, entidade mantida ou subvencionada pelo poder público ou que realiza contrato com este, inclusive o respectivo prédio e suas dependências, não poderão ser utilizados para

beneficiar partido ou organização de caráter político, sob pena de prática de crime, tipificado no Código Eleitoral (art. 346 c/c 377). Neste caso a pena é de detenção de até seis meses e multa. Além da autoridade responsável, os servidores que prestarem serviços e os candidatos, membros ou diretores de partido que derem causa à infração podem ser penalizados (Almeida, 2018).

Diante disso, a propaganda eleitoral tem grande peso durante o período eleitoral e tendo os candidatos obedecido as normas e regras previstas na legislação para sua utilização, não existem motivos para ela não existir. E ainda, desde que seja lícita não se pode impedi-la sob qualquer argumento. Ou seja:

**[...] a legitimidade da disputa eleitoral deve ser garantida com a proteção** (inclusive na esfera penal) contra determinadas condutas em defesa dos direitos subjetivos do eleitor e por meio de princípios objetivos constitucionais que reflitam os valores democráticos do sistema, relacionando-se com a dupla concepção de sufrágio: direito e função pública. (De Barros; Meira, 2016, p. 186).

A propaganda foi conhecida na Antiguidade. Na Grécia e em Roma, era usada largamente em festas populares e ações estatais com vistas à comunicação social. Reiteradas vezes, a Igreja Católica dela lançou mão para difundir a doutrina e a fé cristãs, e, ainda, condicionar o comportamento dos fiéis. No plano sociopolítico do Estado Moderno, foi instrumento decisivo da burguesia liberal na peleja contra a monarquia absolutista. Mais recentemente, a propaganda foi recurso essencial nas mãos dos poderosos Estados Unidos, Reino Unido e aliados contra o fraco Iraque. O forte poder persuasivo da propaganda ficou bem evidenciado na história do século XX, época em que houve a ascensão em toda parte de regimes totalitários, tanto de direita, quanto de esquerda (Gomes, 2022, p. 571).

**De acordo com Velloso e Agra (2020, p.6), “a propaganda é um conjunto de atividades com o objetivo de transferência de valores entre um partido político ou candidato e seus eleitores”. Ela se distingue das demais por ter como finalidade interferir nas decisões que o eleitor tomará frente as urnas, atingindo todas as classes sociais, independente de fatores econômicos e culturais.**

Ela é vista como uma ferramenta de grande influência na adesão dos eleitores as ideias de algum candidato ou partido político, podendo até mesmo fazer com que acontecimentos falsos ganhem o lugar dos verdadeiros. Nesse sentido, a legislação eleitoral buscou regular por meio de normas como essa propaganda chegará a população em geral, para que não haja abuso de poder, principalmente econômico, por parte de candidatos ou partidos políticos (Velloso; Agra, 2020; De Barros; Meira, 2016).

Uma propaganda eleitoral lícita é realizada em cumprimento das diretrizes da lei eleitoral em todos os seus aspectos. Essas diretrizes por sua vez, traz a organização do

sistema eleitoral brasileiro e proporciona a consagração da verdadeira democracia. Por meio disso, há uma maior equiparidade entre os candidatos com relação a prazos e conteúdo de campanha, sem que os mesmos venham a sofrer sanções ou multas (Barreto Junior; Muscat, 2012). Caso essas diretrizes venham a ser quebradas ou não obedecidas o candidato ou partido pode sofrer alguns tipos de sanções a depender da irregularidade. De acordo com Velloso e Agra (2020, p.7), a legislação para propaganda eleitoral prevê as seguintes sanções:

- a) aplicação de multa (caso dos arts. 36, § 3º, 37, § 1º, 39, § 8º, 43, § 2º, 45, § 2º da LE);
- b) perda de tempo destinado à propaganda eleitoral (caso dos arts. 45, § 2º, primeira parte, e 55, parágrafo único da LE);
- c) perda do direito à veiculação (art. 53, § 1º);
- d) impedimento para a apresentação de determinados programas (art. 53, § 2º da LE);
- e) suspensão da programação normal da emissora de rádio ou televisão (art. 56 da LE);
- f) indeferimento do registro, cassação do diploma ou perda do mandato do candidato quando houver a tipificação de abuso de poder político ou econômico;
- g) responsabilidade pelo pagamento de multas decorrentes de propaganda eleitoral é solidária entre os candidatos e os respectivos partidos, não alcançando outras agremiações, mesmo quando integrantes de uma mesma coligação (art. 6º, § 5º da LI);
- h) inelegibilidade nas eleições que se realizarem nos oito anos subsequentes às eleições em que se verificou o ato, caso verifique-se a ocorrência de abuso de poder político ou econômico, com a consequente cassação do registro ou perda do mandato.

Nesse sentido, a propaganda ilícita é caracterizada como qualquer meio ou objeto que fere a legislação vigente, configurando-se crime eleitoral. Esse tipo de crime, está explicitamente descrito no código eleitoral, mais precisamente nos artigos 323 ao 335, além das citações de alguns dispositivos da lei nº 9.504/97 (Velloso; Agra, 2020). Levando em consideração o poder legislativo, a propaganda eleitoral e sua veiculação faz-se junto a mesa diretora, fazendo com que não se favoreça determinados candidatos frente a sua regulamentação (art. 37, § e 3º, da LE) (Macedo; Freitas, 2015).

É livre a distribuição de folhetos e impressos nos termos do art. 38 da lei nº 9.504/97, que devem ser editados sob a responsabilidade do partido, coligação ou candidato e trazer impresso os dados sobre o responsável pela confecção e de quem o contratou. Não é permitida a circulação de impressos anônimos, que deverão ser retirados de circulação por determinação da Justiça Eleitoral. Na imprensa escrita é permitida apenas a propaganda paga, em espaço máximo por edição respeitado o tamanho de 1/8 ou 1/4 de página, quando se trate de jornal ou tabloide/revista, respectivamente. A legislação eleitoral trouxe inovação ao estabelecer limite de dez anúncios por veículo para cada candidato e em datas diversas (art. 43 da lei nº 9.54/97). A propaganda pela imprensa é permitida apenas até a antevéspera da eleição, incidindo hipótese de período restrito de propaganda eleitoral. Os meios de comunicação devem se manter

equidistante dos diversos candidatos e não podem tomar qualquer partido, vale dizer que a publicidade em jornal ou revista não pode ser recusada em função de candidato ou de partido político. Da mesma forma, os preços praticados devem ser equilibrados entre os vários candidatos e compatível com o preço da publicidade comercial, tudo com vistas à igualdade de condições entre os candidatos e o equilíbrio do pleito eleitoral. Por seu turno, no rádio e na televisão a propaganda é restrita ao horário gratuito. Vale dizer, é possível apenas a propaganda gratuita e nos horários estabelecidos em lei. Esta modalidade de propaganda está regulada no art. 44 e 47 até 57 da lei nº 9.504/97 (Madruga, 2012, p. 267).

Além dessas modalidades, a atualização da lei nº 9.504/97 começou a permitir **também a propaganda eleitoral pela internet. Segundo Junior e Muscat (2012, p.301), “A lei nº 12.034 de 2009, que incluiu os artigos 57-A até o artigo 57-I, na Lei nº 9.504/97, traz no seu corpo, a possibilidade da utilização da rede mundial de computadores como meio de divulgação e propaganda de campanhas eleitorais”.** Dessa forma, atualmente, a propaganda eleitoral tem maior alcance. Contudo, ao se analisar a lei de uma maneira ampla é necessário cuidado e atenção, isso devido a extensa legislação que a engloba, sendo alguns temas regulamentados pelo tribunal superior eleitoral. Assim, de acordo com a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 em seu Art. 36 § 5º:

A comprovação do cumprimento das determinações da Justiça Eleitoral relacionadas a propaganda realizada em desconformidade com o disposto nesta lei poderá ser apresentada no Tribunal Superior Eleitoral, no caso de candidatos a presidente e vice-presidente da República, nas sedes dos respectivos tribunais regionais eleitorais, no caso de candidatos a governador, vice-governador, deputado federal, senador da República, deputados estadual e distrital, e, no juízo eleitoral, na hipótese de candidato a prefeito, vice-prefeito e vereador.

Nota-se que, por meio das leis e diretrizes constitucionais, a justiça eleitoral quando de encontro com eventuais abusos a produção e veiculação de propagandas deve punir seus responsáveis. A punição desses indivíduos de acordo com Junior e Muscat (2012, p. 292) deve ser: **“sempre posterior à veiculação da propaganda eleitoral que não atende às diretrizes do Código Eleitoral, ou fere, frontalmente, princípios constitucionais basilares”.**

A Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019, dispõe sobre a propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral. Aqui, destaca-se o **Artigo 20 que resolve que “não é permitida a veiculação de material de propaganda eleitoral em bens públicos ou particulares:**

I - Bandeiras ao longo de vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas, inclusive daquelas que utilizem

cadeiras de rodas ou pisos direcionais e de alerta para se locomoverem, e veículos; (Redação dada pela Resolução nº 23.671/2021).

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

§ 2º A veiculação de propaganda eleitoral em bens particulares deve ser espontânea e gratuita, sendo vedado qualquer tipo de pagamento em troca de espaço para essa finalidade (Lei nº 9.504/1997, art. 37, § 8º).

§ 3º 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 0,5m<sup>2</sup>(meio metro quadrado), observado o disposto no § 1º deste artigo (Lei nº 9.504/1997, art. 37, § 2º, II; e art. 38, § 4º).

§ 2º Os adesivos de que trata o caput deste artigo poderão ter a dimensão máxima de 0,5 m<sup>2</sup>(meio metro quadrado).

Enfim, não se tem a menor dúvida de que a propaganda eleitoral faz parte de qualquer campanha política, sendo um direito dos candidatos divulgar suas propostas para a população por meio de diversos veículos. No entanto, sabe-se também que ela não pode ser realizada de qualquer maneira ou de maneira semelhante a propaganda mercadológica realizando no ramo de vendas. Nesse sentido, a legislação eleitoral tem como objetivo regular por meio de diretrizes sobre a veiculação dessa propaganda, fazendo que a mesma ocorra de forma lícita (Macedo; Freitas, 2015).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através das pesquisas bibliográficas realizadas, compreendeu-se também, que o nascimento da Lei nº 9.504/97 e da lei nº 9.096/95., tornou-se nos dias atuais um dispositivo legal para o enfrentamento de produção e divulgação de material de campanha irregular.

Porém, apesar da promulgação das referidas Lei, considera-se que o crime eleitoral ainda é um ato que perdura, a cada segundo, no âmbito social e representa um grande problema público no Brasil e no mundo. Entretanto, graças a criação dessa Lei, hoje os candidatos políticos têm mais força e coragem de denunciar seus opositores que desrespeitam a Lei, e a Polícia Judiciária tem meios para punir os criminosos.

Diante dos resultados encontrados, nota-se a necessidade de serem discutidos, produzidos e publicados mais estudos a respeito dos crimes eleitorais e dos âmbitos judiciários, visto que, esse é um grave problema público que precisa sempre estar em pauta. Por meio desse estudo, a expectativa é a de despertar o interesse de outros estudantes da área do Direito para que, cada vez mais, sejam realizados estudos que abordem o tema em questão.

Em análise a Lei 9.504/97, conhecida também como lei geral das eleições, fica nítido o seu objetivo de fazer com que todas as eleições sejam pautadas na legalidade



para que todo o processo tenha bom andamento. Ela descreve normas sobre a formação das coligações políticas, como deve ser realizado os registros de candidatura, a prestação de contas, financiamento de campanhas e como deve ser realizada a propaganda eleitoral para que não a qualifique como ilícita.

Além dessa lei, é importante que os partidos e candidatos estejam cientes as demais normas do direito eleitoral, prescritas no código eleitoral e também na constituição federal. Através dessas diretrizes, a propaganda eleitoral é regulada com proibições e permissões, tanto do período praticado quanto do conteúdo publicado.

Portanto, após pesquisas frente ao tema percebe-se que existe uma legislação vigente acompanhada de diretrizes amplas que regra e normaliza a produção e divulgação da propaganda eleitoral. Além disso, essas normas permitem e promovem sanções a candidatos e partidos que atribuem seu material a população de uma forma geral. Juntamente com órgãos como o TSE, em casos de propagandas ilícitas acontecem punições cabíveis aos determinados crimes eleitorais.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Marcus Vinícius Pessoa de. A divulgação de notícias falsas nas redes sociais e a incidência da legislação eleitoral. 2018.

BARRETO, L. Manual de Propaganda Eleitoral. São Paulo: Edipro, 2004.

BRITO, A. U.; LONGHI, J. V. R. Propaganda eleitoral na Internet, 1ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2014.

DA PONTE, A. C. Crimes eleitorais. Saraiva Educação SA, 2017.

DA ROCHA, M. F. et al. Da evolução histórica do marketing político na propaganda eleitoral no Brasil ao sucesso das campanhas presidenciais. Revista Internacional de apoyo a la inclusión, logopedia, sociedad y multiculturalidad, v. 4, n. 1, p. 92-106, 2018.

DE BARROS, T. A. S.; MEIRA, J. H. A. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL NO ART. 73, VII, DA LEI Nº 9.504/1997: O PASSADO, O PRESENTE E O PORVIR. TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE MATO GROSSO, v.1, n.1, p. 183, 2016.

GOMES, J. J. Direito Eleitoral. São Paulo: Grupo GEN, 2022.

MADRUGA, S. P. Propaganda eleitoral. Espécies. Propaganda antecipada. Propaganda na internet. Temas de direito eleitoral no século XXI. Brasília: Escola Superior do Ministério Público da União, v.1, n.1, p. 355-396, 2012.

MACEDO, E. H.; FREITAS, J. R. Jurisdição Eleitoral e Direitos Políticos

Fundamentais. São Paulo: Grupo GEN, 2015.

TSE. Tribunal Superior Eleitoral. Propaganda Político Eleitora. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/institucional/escola-judiciaria-eleitoral/publicacoes/revistas-da-eje/artigos/propaganda-politico-eleitoral>>. Acesso em: 01 mar. 2023.

TSE. Tribunal Superior Eleitoral. O sistema eleitoral brasileiro. 2009. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/hotsites/catalogo-publicacoes/pdf/o-sistema-eleitoral-brasileiro-2-ed.pdf>. Acesso em: 28 set. 2023.

VALE, Teresa Cristina de Souza Cardoso. Aspectos históricos da Justiça Eleitoral brasileira. Cadernos Adenauer, v. 1, p. 11-26, 2014.

VELLOSO, C. M. S.; AGRA, W. M. Direito eleitoral - propaganda eleitoral. São Paulo: Editora Saraiva, 2020.