



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE MINAS GERAIS
Secretaria Judiciária

Orientações sobre PROPAGANDA ELEITORAL

O Tribunal Superior Eleitoral publicou a [Resolução nº 23.191/2009](#), com as regras para a propaganda eleitoral nas eleições de 2010. Abaixo, estão relacionados os tipos de propaganda mais comuns nas campanhas eleitorais, bem como as novidades sobre a propaganda veiculada pela internet. Ressalte-se que as orientações abaixo têm o caráter apenas ilustrativo, não sendo dispensável, portanto, a leitura integral do texto da citada resolução.

LEMBRE-SE: A propaganda eleitoral será permitida somente a partir do dia 6 de julho e não poderá ser cerceada, desde que realizada em obediência à legislação aplicável.



Comício

Pode

Entre os dias 6 de julho e 30 de setembro, das 8 horas às 24 horas. Também pode ser utilizada aparelhagem de sonorização fixa e trio elétrico, desde que este permaneça parado durante o evento, servindo como mero suporte para divulgação de jingles e mensagens do candidato.

Não Pode

Com a realização de show ou de evento assemelhado e apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animação.



Alto-falantes ou amplificadores de som

Pode

A partir do dia 6 de julho até a véspera das eleições, entre 8 horas e 22 horas, desde que observadas as limitações descritas ao lado.

Não Pode

A menos de 200 metros das sedes dos poderes Executivo e Legislativo da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios, das sedes dos órgãos judiciais, dos quartéis e de outros estabelecimentos militares, dos hospitais e casas de saúde, das escolas, bibliotecas públicas, igrejas e teatros, quando em funcionamento.



Caminhada, carreatas e passeatas

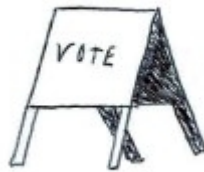
Pode

A partir do dia 6 de julho até às 22 horas da véspera das eleições. Também é permitida distribuição de material gráfico e uso de carro de som que transite pela cidade divulgando jingles ou mensagens de candidatos.

No dia das eleições: é permitida apenas a manifestação individual e silenciosa da preferência do eleitor por determinado partido ou candidato, revelada pelo uso exclusivamente de bandeiras, broches, dísticos e adesivos.

Não Pode

A utilização dos microfones do evento para transformar o ato em comício. Além disso, as vedações sobre distância mínima de órgãos públicos são as mesmas para alto-falantes e amplificadores de som.



Cavaletes, bonecos, cartazes e bandeiras móveis

Pode

Ao longo das vias públicas, desde que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos. Mas devem ser colocados e retirados diariamente, entre 6 e 22 horas.

Não Pode

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, nas árvores e nos jardins localizados em áreas públicas, bem como em muros, cercas e tapumes divisórios, mesmo que não lhes cause dano. Esta vedação também vale para qualquer outro tipo de propaganda.

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



Camisetas, chaveiros, bonés, canetas e brindes

Pode

A comercialização pelos partidos políticos e coligações, desde que não contenham nome ou número de candidato nem especificação de cargo em disputa. Esta restrição também vale para qualquer outro material de divulgação institucional.

Não Pode

A confecção, utilização ou distribuição realizada por comitê de candidato ou com a sua autorização durante a campanha eleitoral. Esta vedação também vale para quaisquer outros bens ou materiais que possam proporcionar vantagem ao eleitor.



Faixas, placas, cartazes, pinturas ou inscrições

Pode

Apenas em bens particulares, independentemente de autorização da Justiça Eleitoral, observado o limite máximo de 4 m² e desde que não contrariem outras disposições da legislação eleitoral.

Não Pode

Em troca de oferecimento pelo candidato ao eleitor de dinheiro ou qualquer tipo de pagamento pelo espaço utilizado. A propaganda deve ser feita espontânea e gratuitamente.



Distribuição de folhetos, volantes e outros impressos (santinhos)

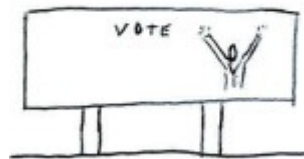
Pode

E não depende da obtenção de licença municipal e de autorização da Justiça Eleitoral.

Não Pode

Apenas com estampa da propaganda do candidato. Todo material impresso de campanha deverá conter também 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.

No dia das eleições: é vedada a arregimentação de eleitor ou a propaganda de boca-de-urna (distribuição de santinhos) e a divulgação de qualquer espécie de propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos.



Outdoor

Não Pode

Independentemente do local, sujeitando-se a empresa responsável, os partidos, as coligações e os candidatos às penalidades cabíveis (retirada imediata e pagamento de multa).



Jornais e revistas

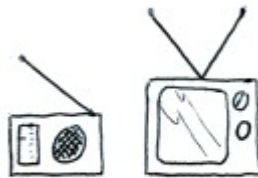
Pode

Até a antevéspera das eleições, para divulgação paga de propaganda eleitoral na imprensa escrita.

ATENÇÃO: É permitida a divulgação de opinião favorável a candidato, a partido político ou a coligação pela imprensa escrita, desde que não seja matéria paga.

Não Pode

Para publicação de propaganda eleitoral que exceda a 10 anúncios, por veículo, em datas diversas, para cada candidato, num espaço máximo de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e 1/4 (um quarto) de página de revista ou tablóide. Também não pode deixar de constar no anúncio, de forma visível, o valor pago pela inserção.



Rádio e Televisão

Pode

Apenas para a propaganda eleitoral **gratuita**, veiculada no período de 17 de agosto a 30 de setembro de 2010.

Não Pode

A partir de 1º de julho. Desta data em diante, as emissoras não poderão, em sua programação normal e noticiário, transmitir, ainda que sob a forma de entrevista jornalística, imagens de realização de pesquisa ou qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral em que seja possível identificar o entrevistado ou em que haja manipulação de dados, entre outras vedações.



Internet

Pode

Após o dia 5 de julho, em sites de partidos e candidatos, desde que comunicados à Justiça Eleitoral e hospedados em provedores estabelecidos no Brasil. É permitida também a propaganda eleitoral por meio de blogs, *sites* de relacionamento (Orkut, Facebook, Twitter, etc) e *sites* de mensagens instantâneas. As propagandas eleitorais veiculadas por *e-mail* são permitidas, mas deverão conter mecanismo que possibilite ao destinatário solicitar seu descadastramento. É permitida ainda a reprodução do jornal impresso na internet, desde que seja feita no sítio do próprio jornal, respeitado integralmente o formato e o conteúdo da versão impressa.

Não Pode

Qualquer tipo de propaganda eleitoral paga. Nem propaganda em sites de pessoas jurídicas, em portais de notícias, com ou sem fins lucrativos, e em sites oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública. São vedadas ao provedor de conteúdo ou de serviços de multimídia, a utilização, doação ou cessão e a venda de cadastro eletrônico de seus clientes, em favor de candidatos, partidos ou coligações.

Legislação relacionada ao tema:

[Código Eleitoral \(Lei nº 4.737/65\)](#)

[Lei dos Partidos Políticos \(Lei nº 9.606/95\)](#)

[Lei das Eleições \(Lei nº 9.504/97\)](#)

[Resolução TSE nº 23.191/2009 – Propaganda Eleitoral e condutas vedadas](#)

[Resolução TSE nº 23.193/2009 – Reclamações e Representações](#)

[Resolução TRE/MG nº 821/2010 – Poder de polícia](#)

[Resolução TRE/MG nº 822/2010 – Poder de polícia na internet](#)

[Resolução TRE/MG nº 825/2010 – Reclamações e Representações](#)