

Lídio Modesto da Silva Filho

PROPAGANDA ELEITORAL

**De acordo com a Reforma Eleitoral de 2019 e
com as Resoluções 23.607/2019, 23.609/2019,
23.610/2019 e 23.611/2019**

**2ª Edição
Revista e Atualizada**

Curitiba
Juruá Editora
2020

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
Capítulo 1	17
1.1 CONCEITO DE PROPAGANDA	17
1.2 MODALIDADES DE PROPAGANDA	18
1.3 A PROPAGANDA NA HISTÓRIA	19
1.4 A ORIGEM DO TERMO PROPAGANDA	26
Capítulo 2	29
2.1 A PROPAGANDA POLÍTICA	29
2.2 PRINCÍPIOS DE DIREITO ELEITORAL	30
2.3 PRINCÍPIOS DA PROPAGANDA POLÍTICA	32
2.3.1 Princípio da Legalidade	32
2.3.2 Princípio da Liberdade	34
2.3.3 Princípio da Igualdade ou Isonomia	36
2.3.4 Princípio do Controle Judicial	36
2.3.5 Princípio da Responsabilidade	37
2.3.6 Princípio da Veracidade	38
2.3.7 Princípio da Disponibilidade	39
2.4 PROPAGANDA INSTITUCIONAL	39
2.5 PROPAGANDA INTRAPARTIDÁRIA	47
2.6 PROPAGANDA PARTIDÁRIA	51
Capítulo 3	53
3.1 PROPAGANDA ELEITORAL	53
3.1.1 Conceito de Propaganda Eleitoral	53
3.1.2 Regras Gerais da Propaganda Eleitoral	54
3.1.2.1 Em relação ao idioma	54

3.1.2.2	Para as coligações	54
3.1.2.3	Para os vices e suplentes	55
3.1.2.4	Para veracidade do conteúdo	55
3.1.2.5	Para a acessibilidade.....	55
3.1.2.6	Para conteúdo não ofensivo.....	56
3.1.2.7	Para o direito do autor	56
3.1.3	Da Pré-Campanha Eleitoral.....	57
3.1.3.1	<i>Crowdfunding</i>	63
3.1.4	Período da Propaganda Eleitoral	67
3.1.5	Classificação da Propaganda Eleitoral	68
3.1.6	Propaganda Eleitoral Extemporânea	69
3.1.7	Da Propaganda Lícita e Ilícita.....	73
3.1.8	Propaganda Eleitoral Negativa.....	77
3.1.9	Propaganda Eleitoral Proibida ou Não Tolerada.....	78
3.1.10	Propaganda Eleitoral e a Liberdade de Expressão	83
3.1.11	Propaganda Eleitoral e as Posturas Municipais.....	84
3.1.12	Propaganda Eleitoral e Termo de Ajustamento de Conduta – TAC e a Ação Civil Pública.....	86
3.1.13	Propaganda Eleitoral e o Poder de Polícia	88
3.1.14	Propaganda Eleitoral e o Abuso do Poder Religioso.....	90
3.1.15	Propaganda Eleitoral e o Efeito Psicológico no Cidadão Eleitoral	93
3.1.16	Regras Específicas da Propaganda Eleitoral	94
3.1.16.1	Propagandas em bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do Poder Público, em bens públicos, bens particulares e bens de uso e acesso comum do povo.....	94
3.1.16.1.1	Das propagandas em bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do Poder Público	98
3.1.16.1.2	Propagandas em bens públicos	102
3.1.16.1.3	Propagandas em bens particulares	110
3.1.16.1.4	Propagandas em bens de uso e acesso comum do povo.....	116
3.1.16.2	Propagandas em materiais impressos	119
3.1.16.3	Propagandas por meio de equipamentos sonoros ...	128
3.1.16.4	Propaganda eleitoral na mídia escrita.....	134

3.1.16.5	Rádio e televisão. Regras pertinentes à programação normal e aos noticiários	141
3.1.16.6	Propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão	147
3.1.16.6.1	Modalidades de propaganda no rádio e na televisão	153
3.1.16.6.1.1	Propaganda em rede	155
3.1.16.6.1.2	Propaganda em inserções	160
3.1.16.6.2	Municípios que não possuem geradoras de rádio ou televisão	162
3.1.16.6.3	Distribuição do tempo	162
3.1.16.6.3.1	Fusão ou incorporação de partidos	164
3.1.16.6.3.2	Hipóteses de redistribuição do tempo.....	164
3.1.16.6.4	Plano de mídia e fluxo das gravações de mídia	166
3.1.16.6.5	Eleições em segundo turno	176
3.1.16.6.6	Inserções nas eleições do segundo turno	179
3.1.16.6.7	Invasão de horário	180
3.1.16.6.8	Debates	180
3.1.16.7	Propaganda eleitoral na internet.....	184
3.1.16.7.1	Período da propaganda eleitoral e impulsionamento	186
3.1.16.7.2	Propaganda em sítios oficiais e de pessoas jurídicas	190
3.1.16.7.3	Direito de resposta específico na internet	190
3.1.16.7.4	Cadastro de usuários.....	193
3.1.16.7.5	Propaganda falsa – <i>fake news</i> e desinformação	193
3.1.16.7.6	Regra para os provedores e remoção de conteúdo na internet.....	195
3.1.16.7.7	Forma de propaganda eleitoral na internet.....	198
3.1.16.7.8	Glossário.....	199

3.1.16.8	Brindes	202
3.1.16.9	Situações esparsas	204
3.1.16.10	Propaganda na véspera e no dia da eleição	220
3.1.16.10.1	Véspera.....	220
3.1.16.10.2	Dia da eleição.....	222
Capítulo 4	225
4.1	DIREITO DE RESPOSTA.....	225
4.1.1	Conceito e Causas de Pedir	225
4.1.2	Processamento.....	227
Capítulo 5	233
5.1	COMPLIANCE ELEITORAL.....	233
5.1.1	Origem e a Situação no Brasil.....	234
5.1.2	Impacto na Campanha Eleitoral	235
REFERÊNCIAS	237
ÍNDICE REMISSIVO	239