

Lídio Modesto da Silva Filho

PROPAGANDA ELEITORAL

**3ª Edição – Revista, Atualizada e Ampliada de
Acordo com a Reforma Eleitoral de 2021-2022**

- **Emenda Constitucional 111/2021**
- **Lei 14.192/2021, cria normas de combate à
violência contra a mulher**
- **Lei 14.208/2021, cria as federações partidárias**
- **Lei 14.211/2021, estabelece regras para divisão
de lugares a preencher, quociente partidário e
quociente eleitoral**
- **Lei 14.291/2022, dispõe sobre a propaganda
partidária gratuita no rádio e na televisão**
- **Resoluções do TSE 23.664/2021, 23.665/2021,
23.669/2021 e 23.671/2021**

Curitiba
Juruá Editora
2022

Visite nossos sites na Internet
www.jurua.com.br e
www.editorialjurua.com
e-mail: *editora@jurua.com.br*

A presente obra foi aprovada pelo Conselho Editorial Científico da Juruá Editora, adotando-se o sistema *blind view* (avaliação às cegas). A avaliação inominada garante a isenção e imparcialidade do corpo de pareceristas e a autonomia do Conselho Editorial, consoante as exigências das agências e instituições de avaliação, atestando a excelência do material que ora publicamos e apresentamos à sociedade.

ISBN: 978-85-362-9874-0



Brasil – R. Flávio Dallegrave, 7.665 – São Lourenço – Fone: (41) 4009-3900 – CEP: 82.210-310 – Curitiba – Paraná – Brasil

Europa – Rua General Torres, 1.220 – Lojas 15 e 16 – Fone: (351) 223 710 600 – Centro Comercial D'Ouro – 4400-096 – Vila Nova de Gaia/Porto – Portugal

Editor: Luiz Augusto de Oliveira Junior

Silva Filho, Lídio Modesto da.

S586 Propaganda eleitoral./ 3ª edição – Revista, Atualizada e Ampliada de Acordo com a Reforma Eleitoral de 2021-2022./ Lídio Modesto da Silva Filho./ Curitiba: Juruá, 2022.
286p.; 21 cm

1. Direito eleitoral. 2. Propaganda eleitoral. I. Título.

CDD 342.07 (22.ed)
CDU 342.81

000023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Bibliotecária: Maria Isabel Schiavon Kinasz, CRB9 / 626

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
1.5 MULHERES NA POLÍTICA	27
1.5.1 Movimentos Internacionais	28
1.5.2 Movimentos Nacionais	31
Capítulo 2	35
2.1 A PROPAGANDA POLÍTICA	35
2.2 PRINCÍPIOS DE DIREITO ELEITORAL	36
2.3 PRINCÍPIOS DA PROPAGANDA POLÍTICA	38
2.3.1 Princípio da Legalidade	38
2.3.2 Princípio da Liberdade	40
2.3.3 Princípio da Igualdade ou Isonomia	42
2.3.4 Princípio do Controle Judicial	42
2.3.5 Princípio da Responsabilidade	43
2.3.6 Princípio da Veracidade	44
2.3.7 Princípio da Disponibilidade	45
2.4 PROPAGANDA INSTITUCIONAL	46
2.5 PROPAGANDA INTRAPARTIDÁRIA	53
2.6 PROPAGANDA PARTIDÁRIA	57
Capítulo 3	63
3.1 PROPAGANDA ELEITORAL	63
3.1.1 Conceito de Propaganda Eleitoral	63
3.1.2 Regras Gerais da Propaganda Eleitoral	64

3.1.2.1	Em relação ao idioma.....	64
3.1.2.2	Para as Coligações e Federações Partidárias.....	64
3.1.2.3	Para os vices e suplentes	68
3.1.2.4	Para veracidade do conteúdo.....	68
3.1.2.5	Para a acessibilidade	68
3.1.2.6	Para conteúdo não ofensivo	69
3.1.2.7	Para o direito do autor	70
3.1.3	Da Pré-Campanha Eleitoral	71
3.1.3.1	<i>Crowdfunding</i>	77
3.1.4	Período da Propaganda Eleitoral.....	81
3.1.5	Classificação da Propaganda Eleitoral.....	82
3.1.6	Propaganda Eleitoral Extemporânea.....	84
3.1.7	Da Propaganda Lícita e Ilícita.....	88
3.1.8	Propaganda Eleitoral Negativa.....	93
3.1.9	Propaganda Eleitoral Proibida ou Não Tolerada.....	94
3.1.10	Propaganda Eleitoral e a Liberdade de Expressão	99
3.1.11	Propaganda Eleitoral e as Posturas Municipais.....	100
3.1.12	Propaganda Eleitoral e Termo de Ajustamento de Conduta – TAC e a Ação Civil Pública.....	102
3.1.13	Propaganda Eleitoral e o Poder de Polícia	104
3.1.14	Propaganda Eleitoral em Templos Religiosos	106
3.1.15	Propaganda Eleitoral e o Efeito Psicológico na Cidadã e no Cidadão Eleitor	110
3.1.16	Regras Específicas da Propaganda Eleitoral	111
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.....	112
3.1.16.1.1	Das propagandas em bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do Poder Público	116
3.1.16.1.2	Propagandas em bens públicos.....	120
3.1.16.1.3	Propagandas em bens particulares.....	128
3.1.16.1.4	Propagandas em bens de uso e acesso comum do povo.....	134
3.1.16.2	Propagandas em materiais impressos.....	138
3.1.16.3	Propagandas por meio de equipamentos sonoros.....	148
3.1.16.4	Propaganda eleitoral na mídia escrita.....	154
3.1.16.5	Rádio e televisão. Regras pertinentes à programação normal e aos noticiários.....	161

3.1.16.6	Propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão	167
3.1.16.6.1	Modalidades de propaganda no rádio e na televisão.....	174
3.1.16.6.1.1	Propaganda em rede	176
3.1.16.6.1.2	Propaganda em inserções ..	181
3.1.16.6.2	Municípios que não possuem geradoras de rádio ou televisão.....	183
3.1.16.6.3	Distribuição do tempo	183
3.1.16.6.3.1	Fusão ou incorporação de partidos.....	185
3.1.16.6.3.2	Hipóteses de redistribuição do tempo ...	186
3.1.16.6.4	Plano de mídia e fluxo das gravações de mídia.....	188
3.1.16.6.5	Eleições em segundo turno	200
3.1.16.6.6	Inserções nas eleições do segundo turno...	203
3.1.16.6.7	Invasão de horário.....	204
3.1.16.6.8	Debates.....	205
3.1.16.7	Propaganda eleitoral na internet.....	210
3.1.16.7.1	Período da propaganda eleitoral e impulsionamento	212
3.1.16.7.2	Propaganda em sítios oficiais e de pessoas jurídicas.....	216
3.1.16.7.3	Direito de resposta específico na internet	217
3.1.16.7.4	Cadastro de usuários.....	220
3.1.16.7.5	Propaganda falsa – <i>fake news</i> e desinformação	221
3.1.16.7.6	Regra para os provedores e remoção de conteúdo na internet	223
3.1.16.7.7	Forma de propaganda eleitoral na internet	226
3.1.16.7.8	Glossário	228
3.1.16.8	Brindes	231
3.1.16.9	Situações esparsas.....	234
3.1.16.10	Propaganda na véspera e no dia da eleição	252
3.1.16.10.1	Véspera	252
3.1.16.10.2	Dia da eleição.....	254

Capítulo 4	259
4.1 DIREITO DE RESPOSTA.....	259
4.1.1 Conceito e Causas de Pedir.....	259
4.1.2 Processamento	261
Capítulo 5	267
5.1 <i>COMPLIANCE</i> ELEITORAL.....	267
5.1.1 Origem e a Situação no Brasil.....	268
5.1.2 Impacto na Campanha Eleitoral.....	269
REFERÊNCIAS	271
ÍNDICE REMISSIVO	275