

Newton Lins

PROPAGANDA ELEITORAL

Comentários Jurídicos

- Mídias Sociais
- *Fake News*
- Liberdade de Expressão
- Igualdade Étnica e de Gênero
- Pesquisas Eleitorais
- Publicidade de Governo em Ano Eleitoral

**3ª Edição 2022 – Revista e Atualizada
pela Emenda Constitucional 111/2021, de
28.09.2021 (Minirreforma Eleitoral)**

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 Jurua 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: 978-65-263-0057-2



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

Lins, Newton.

L759 Propaganda eleitoral: comentários jurídicos / Newton

Lins – 3.ed. rev. atual. - Curitiba: Jurua, 2022.

Curitiba: Jurua, 2022.

374p.; 21cm

1. Propaganda política – Legislação – Brasil. 2. Campanhas eleitorais – Legislação – Brasil. 3. Eleições – Brasil. I. Título.

CDD 342.07 (22.ed)

CDU 342.8

00064

Dados Internacionais de Catalogação na Fonte (CIP)

Bibliotecária: Maria Isabel Schiavon Kinasz, CRB9 / 626

SUMÁRIO

ABREVIATURAS E SIGLAS USADAS.....	31
1 INTRODUÇÃO.....	33
A VONTADE DO POVO.....	33
2 BREVE HISTÓRICO.....	37
2.1 A DELEGAÇÃO DE PODER COMO PONTO DE PARTIDA	37
2.2 O NASCIMENTO DA DEMOCRACIA E A ATUALIDADE DESSE FENÔMENO	38
2.3 A VONTADE DO CIDADÃO NA DEMOCRACIA DIRETA E NA REPRESENTATIVA	39
2.4 AS CONSULTAS POPULARES.....	43
2.5 A DEMOCRACIA NO BRASIL E A LEGISLAÇÃO ELEITORAL E PARTIDÁRIA	46
3 A SOBERANIA POPULAR COMO PRINCÍPIO FUNDAMENTAL DO DIREITO ELEITORAL	49
3.1 SUFRÁGIO UNIVERSAL.....	50
3.2 VOTO DIRETO	52
3.3 VOTO SECRETO	53
3.4 VOTO IGUAL	54
3.5 VOTO LIVRE	54
3.6 IGUALDADE DE CONDIÇÕES ENTRE OS CANDIDATOS	56
4 A PROPAGANDA POLÍTICA.....	59
4.1 CLASSIFICAÇÃO.....	59
4.1.1 Propaganda Partidária.....	61
4.1.2 Propaganda Intrapartidária	63
4.1.3 As Federações de Partidos.....	64

4.1.4	Propaganda Eleitoral.....	66
4.1.5	Repercussões da Publicidade Governamental no Processo Eleitoral	67
4.2	PRINCÍPIOS DA PROPAGANDA POLÍTICA.....	68
4.2.1	Princípio da Legalidade	68
4.2.2	Princípio da Liberdade.....	69
4.2.3	Princípio da Responsabilidade.....	69
4.2.4	Princípio da Disponibilidade	70
4.2.5	Princípio do Controle Judicial da Propaganda	70
4.2.6	Princípio Igualitário	72
4.2.6.1	Aspectos gerais do princípio igualitários.....	72
4.2.6.2	Ações afirmativas e medidas compensatórias	72
4.2.6.2.1	Emenda Constitucional nº 111, de 28 de setembro de 2021.....	72
4.2.6.2.2	Emenda Constitucional nº 117, de 5 de abril de 2022	90
5	A PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR E A CRIMINOSA	99
6	ASPECTOS GENÉRICOS DA PROPAGANDA ELEITORAL.....	101
6.1	PERÍODO DA PROPAGANDA ELEITORAL – CONSIDERAÇÕES	101
6.2	A PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA E LIBERDADE DE EXPRESSÃO.....	104
6.2.1	Considerações Prévias a Respeito do Tema.....	104
6.2.2	Breve Escopo Histórico de Evolução da Norma.....	106
6.2.3	Distinção Entre Livre Manifestação e Propaganda Antecipada	110
6.3	OBRIGATORIEDADE DA MENÇÃO DA SIGLA/LEGENDA PARTIDÁRIA, DO USO DA LÍNGUA NACIONAL E OS MEIOS PUBLICITÁRIOS NÃO ADMITIDOS NA PROPAGANDA ELEITORAL	118
6.4	PROPAGANDA POLÍTICA NÃO TOLERADA	121
6.4.1	De Guerra, de Processos Violentos Para Subverter o Regime, a Ordem Política e Social ou de Preconceitos de Raça ou de Classes	123
6.4.2	Que Provoque Animosidade Entre as Forças Armadas ou Contra Elas, ou Delas Contra as Classes e Instituições Cívicas	124

6.4.3	De Incitamento de Atentado Contra Pessoa ou Bens	125
6.4.4	De Instigação à Desobediência Coletiva ao Cumprimento da Lei de Ordem Pública	126
6.4.5	Que Implique Oferecimento, Promessa ou Solicitação de Dinheiro, Dádiva, Rifa, Sorteio ou Vantagem de Qualquer Natureza	127
6.4.6	Que Perturbe o Sossego Público, com Algazarra ou Abusos de Instrumentos Sonoros ou Sinais Acústicos	128
6.4.7	Por Meio de Impressos ou de Objeto que Pessoa Inexperiente ou Rústica Possa Confundir com Moeda	130
6.4.8	Que Prejudique a Higiene e a Estética Urbana ou Contravenha a Posturas Municipais ou a Outra Qualquer Restrição de Direito	131
6.4.9	Que Caluniar, Difamar ou Injuriar Quaisquer Pessoas, Bem como Órgãos ou Entidades que Exercam Autoridade Pública ..	131
6.5	ATOS PÚBLICOS: NÃO DEPENDÊNCIA DE LICENÇA PRÉVIA.....	135
6.5.1	Recintos Abertos, Recintos Fechados, Locais Abertos ao Público	135
6.5.2	Comícios, Showmícios e Shows para Angariar Fundos de Campanha	136
6.5.2.1	Comícios	136
6.5.2.2	Showmícios.....	139
6.5.2.3	Shows e “lives” para arrecadação de recursos para campanha eleitoral	140
6.6	NÃO INCIDÊNCIA DE MULTA OU CERCEAMENTO PELO PODER DE POLÍCIA.....	141
6.7	USO DA IDENTIDADE PÚBLICA.....	143
6.8	A “LEI DOS BISPOS” – COMBATE À COMPRA DE VOTOS	145
7	OS VÁRIOS MEIOS DE DISSEMINAÇÃO DA PROPAGANDA	149
7.1	CONSIDERAÇÕES SOBRE A PROPAGANDA EM BENS PÚBLICOS.....	151
7.2	MANIFESTAÇÕES EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR.....	153
7.3	CONSIDERAÇÕES SOBRE A PROPAGANDA EM BENS PARTICULARES	159
7.4	A IDENTIFICAÇÃO NAS PROPAGANDAS IMPRESSAS	162

7.5	PROPAGANDA ELEITORAL MEDIANTE O USO DE ALTO-FALANTES.....	163
7.6	PROPAGANDA EM <i>OUTDOOR</i>	163
7.7	LOCAIS DE AFIXAÇÃO DE PROPAGANDA VISUAL	164
7.7.1	Placas Assemelhadas a <i>Outdoors</i> em Terrenos Particulares.....	164
7.7.2	Leito de Rua ou Rodovia e Barrancos de Corte de Estradas.....	164
7.7.3	Placas de Trânsito.....	165
7.7.4	Postes de Iluminação Pública, Viadutos, Passarelas e Pontes....	165
7.7.5	Árvores	166
7.7.6	Dependências, Janelas ou Fachadas de Edifícios Públicos.....	166
7.7.7	Estádios, Ginásios, Cinemas e Casas Públicas e Privadas de Shows	167
7.7.8	Muros e Fachadas	168
7.7.9	Sedes de Partidos e Comitês de Campanha.....	168
7.7.10	Veículos Particulares	169
7.7.11	Carros Públicos	171
7.7.12	Táxis e Ônibus	171
7.7.13	A Propaganda ao Longo das Vias Públicas.....	172
7.8	PROPAGANDA ELEITORAL NA IMPRENSA ESCRITA	172
7.8.1	Quanto à Propaganda Paga na Imprensa	173
7.8.2	Sítios da Internet Mantidos por Empresas Jornalísticas.....	174
7.8.3	Quanto ao Conteúdo Jornalístico: a Liberdade Sem Abusos...	178
7.9	AS EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO DURANTE AS ELEIÇÕES	181
7.9.1	Exclusividade do Horário Gratuito como Meio de Propaganda no Rádio e na Televisão	184
7.9.2	Procedimentos Vedados às Emissoras de Rádio e de Televisão com Imposição de Multa.....	188
7.9.2.1	Disseminar imagens de realização de consulta popular de natureza eleitoral com identificação do entrevistado ou com manipulação de dados	188
7.9.2.2	Usar ou produzir recursos de áudio ou vídeo que degradem ou ridicularizem candidato, partido ou coligação, bem como veicular programa com esse efeito.....	189

7.9.2.3	Emitir opinião sobre candidato ou veicular propaganda política.....	194
7.9.2.4	Privilegiar candidato, partido ou coligação	195
7.9.2.5	Usar de propaganda subliminar na programação	195
7.9.2.6	Divulgar nome que faça referência a candidato escolhido em convenção, seu nome ou variação nominal por ele adotada.....	197
7.9.2.7	Candidato que exerce atividade de apresentador ou comentarista	198
7.9.2.8	Penalidades.....	199
7.9.3	A Extensão das Atividades das Emissoras de TV e de Rádio aos Sítios na Internet.....	200
7.9.4	Debates na Televisão e no Rádio	201
7.9.4.1	A organização do debate.....	202
7.9.4.2	Quem pode participar do debate.....	204
7.9.4.3	As ausências	206
7.9.4.4	Subtitulação e audiodescrição	208
7.9.4.5	Proporção de homens e mulheres	210
7.9.4.6	Penalidades.....	210
7.9.5	Propaganda Eleitoral Gratuita	210
7.9.5.1	Horários reservados à propaganda no rádio e na televisão.....	213
7.9.5.2	Prazo para entrega das mídias contendo propaganda às emissoras de rádio e televisão	215
7.9.5.3	Distribuição do tempo de propaganda entre os partidos e coligações	216
7.9.5.4	Fusões e incorporações partidárias	217
7.9.5.5	Casos de redistribuição de tempo de propaganda	217
7.9.5.6	Parcelas de tempo inferiores a trinta segundos	219
7.9.5.7	Municípios sem emissora de rádio e de televisão	219
7.9.5.8	Propaganda no segundo turno.....	220
7.9.5.9	Ordem de veiculação	221
7.9.5.10	A distribuição de tempo para mulheres e pessoas negras	221
7.9.6	Inserções na Televisão e no Rádio	222

7.9.6.1	Divisão do tempo das inserções entre as campanhas e os horários de veiculação	223
7.9.6.2	Vedação de mensagens que degradem ou ridicularizem candidato, partido ou coligação.....	224
7.9.6.3	Plano de mídia.....	225
7.9.7	Vedações nos Programas Eleitorais Gratuitos	225
7.9.7.1	Cortes e censuras prévias	226
7.9.7.2	Vedação de propaganda que degrade ou ridicularize candidato – com perda do direito à veiculação de propaganda no horário eleitoral do dia seguinte.....	227
7.9.7.3	Quem pode participar dos programas de rádio e televisão destinados à propaganda eleitoral gratuita	230
7.9.7.4	Vedações aos partidos, coligações ou candidatos com perda de tempo em dobro.....	231
7.9.7.5	Suspensão da programação de emissora.....	233
7.9.8	Sistemas de Televisão Sujeitos às Disposições da Lei	234
7.10	PROPAGANDA POR TELEFONE – TELEMARKETING	235
7.11	PROPAGANDA NO DIA DA ELEIÇÃO – “BOCA DE URNA” ...	235
8	PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET.....	239
8.1	CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES ACERCA DA PROPAGANDA NA INTERNET	239
8.2	A NASCENTE PREOCUPAÇÃO COM A POLUIÇÃO NOS MEIOS DIGITAIS	242
8.3	TEMAS E CONCEITOS FREQUENTEMENTE ABORDADOS NAS DECISÕES JUDICIAIS ACERCA DA PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET	244
8.3.1	Rastreamento, Identificação de IP, Compartilhamento	245
8.3.2	Censura Prévia e Monitoramento	248
8.3.3	Anonimato, Pseudônimo, Perfil Falso e Furto de Identidade ..	251
8.3.4	Pedido Explícito de Voto.....	255
8.3.5	Menor Interferência Possível e Abuso à Liberdade de Expressão	260
8.3.6	Remoção de Conteúdo, Perda do Objeto e Perecimento do Interesse Processual	262
8.4	A LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS	268

8.4.1	Consentimento para Envio de Propaganda por Mensagens Privadas.....	269
8.4.2	Descadastramento.....	270
8.4.3	Política de Privacidade.....	270
8.4.4	Envio de Mensagens por Pessoa Natural Consensualmente ou em Grupos Restritos.....	271
8.4.5	Disparo em Massa.....	271
8.4.6	Doação de Bancos de Dados por Pessoa Natural.....	271
8.4.7	Finalidade e Reaproveitamento de Bancos de Dados.....	271
8.4.8	Raspagem de Dados a Partir de Redes Sociais.....	272
8.4.9	Proteção aos Dados dos Candidatos.....	272
8.4.10	Ilicitude Decorrente da Não Observância da LGPD.....	274
8.5	PROPAGANDAS AUTORIZADAS NA INTERNET.....	275
8.5.1	Blogs e Páginas.....	276
8.5.2	Mensagens Eletrônicas.....	277
8.5.3	Mensagens Eletrônicas Instantâneas.....	277
8.5.4	Impulsioneamento.....	278
8.5.5	Cadastro de Impulsioneamento.....	280
8.6	VEDAÇÕES.....	281
8.6.1	Sites de Pessoas Jurídicas, Sobreto Sites Oficiais do Governo.....	281
8.6.2	Propaganda Paga na Internet.....	281
8.6.3	Disparo em Massa e Telemarketing.....	281
8.6.4	Compra e Venda de Cadastros e a LGPD.....	282
8.6.5	Intermediação Fraudulenta de Propaganda Eleitoral.....	283
8.6.6	Perfis Falsos.....	287
8.6.7	Simulacros de Notícias e Matérias Jornalísticas – <i>Fake News</i> ..	289
8.6.8	Propaganda Antecipada e Antecipada Negativa.....	293
8.6.9	Impulsioneamento Negativo.....	294
8.7	RECENTES TESES RELATIVAS AO ABUSO DE PODER E USO INDEVIDO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NA INTERNET ...	295
8.7.1	Breve Escopo Sobre Redes Sociais e Comunicação Social	297
8.7.2	Tese do Poder Sancionador do TSE Frente à Dinâmica Evolutiva dos Meios de Comunicação.....	309

8.7.3	Aspectos Constitucionais Quanto ao Abuso de Poder Eleitoral no Âmbito da Comunicação Social	314
8.7.3.1	Internet como meio de comunicação social.....	315
8.7.3.2	Gravidade da conduta vedada.....	318
8.7.4	Tese do Poder Sancionador do TSE em Face de Ataques ao Sistema Eletrônico de Votação e à Democracia	319
8.8	ATOS NÃO CONSIDERADOS COMO PROPAGANDA ELEITORAL	323
8.8.1	Promoção Pessoal na Internet.....	323
8.8.2	Manifestação Espontânea na Internet.....	324
8.8.3	Manifestações da Imprensa	326
9	DIREITO DE RESPOSTA.....	331
9.1	PREVISÃO LEGAL	331
9.2	LEGITIMIDADE ATIVA E PASSIVA NOS PEDIDOS DE DIREITO DE RESPOSTA	332
9.3	PERÍODO ALCANÇADO E PRAZOS PARA REQUERER	335
9.4	OFENSA POR INTERMÉDIO DA IMPRENSA ESCRITA.....	336
9.5	OFENSA NA PROGRAMAÇÃO NORMAL DE RÁDIO E TELEVISÃO	337
9.6	OFENSA NO HORÁRIO DA PROPAGANDA ELEITORAL GRATUITA	339
9.7	OFENSA NA INTERNET	341
9.8	NEXO E PROPORCIONALIDADE DA RESPOSTA	342
9.9	DIREITO DE RESPOSTA EM CARÁTER DE URGÊNCIA	344
9.10	RECURSO EM MATÉRIA DE DIREITO DE RESPOSTA	344
9.11	SANÇÕES	345
9.12	A SUSPENSÃO DA VEICULAÇÃO DAS MENSAGENS OFENSIVAS	346
9.13	MENSAGENS FORA DE CONTEXTO, SUBLIMINARES E EDIÇÕES DE IMAGENS E SONS	347
10	PESQUISAS ELEITORAIS	349
10.1	CLASSIFICAÇÃO.....	350
10.2	REGISTRO PRÉVIO	352
10.3	PUBLICIDADE E ACESSO AOS DADOS DA PESQUISA	353
10.4	PENALIDADES.....	354

11	A PUBLICIDADE OFICIAL EM ANO ELEITORAL	357
11.1	PUBLICIDADE, PUBLICIDADE COMERCIAL, PROPAGANDA E PROPAGANDA POLÍTICA	358
11.2	A IMPESSOALIDADE DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL ...	360
11.3	O ORÇAMENTO DESTINADO À PROPAGANDA INSTITUCIONAL GOVERNAMENTAL	362
11.4	JUSTIÇA ELEITORAL E JUSTIÇA COMUM.....	364
	REFERÊNCIAS.....	367