

Nelson Zunino Neto

**TEMPO MÍNIMO DE
PROPAGANDA ELEITORAL
EM RÁDIO E TV**

POR UM JOGO JUSTO



**Florianópolis
2020**

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	19
-----------------------------	-----------

CAPÍTULO 1

PRINCIPIOLOGIA ELEITORAL	21
---	-----------

1.1. Princípios constitucionais aplicáveis ao direito eleitoral	21
1.1.1. Democracia	23
1.1.2. Republicanismo	29
1.1.3. Igualdade	32
1.1.4. Proporcionalidade	40
1.1.5. Razoabilidade	43
1.2. Princípios que sustentam o sistema eleitoral brasileiro	47
1.2.1. Partidarismo	48
1.2.2. Equilíbrio no pleito.	53
1.2.3. Paridade na competição eleitoral	56
1.2.4. Legitimidade eleitoral	58

CAPÍTULO 2

PROPAGANDA ELEITORAL: DIREITO À INFORMAÇÃO	67
---	-----------

2.1. Propaganda: origem, conceito, regulação	67
2.2. Propaganda eleitoral	70
2.2.1. Taxonomia: demais espécies da propaganda política	70
2.2.2. Definição	74
2.2.3. Classificação	78
2.2.4. Regramento	80
2.3. Propaganda como direito à informação	89
2.3.1. A influência da propaganda na sociedade	89
2.3.2. Liberdade de expressão na propaganda eleitoral	93
2.3.3. A integridade da informação	97
2.3.4. O candidato e seu direito indisponível de informar	100
2.3.5. O eleitor e o direito de ser informado.	102

CAPÍTULO 3

DISTRIBUIÇÃO DO TEMPO DE RÁDIO E TELEVISÃO	107
---	------------

3.1. As regras da distribuição do tempo de propaganda	107
3.2. O critério de distribuição proporcional	109

CAPÍTULO 4

TEMPO MÍNIMO DE PROPAGANDA EM RÁDIO E TV	113
---	------------

4.1. A necessidade de fixação de um limite inferior	113
4.2. O critério do tempo mínimo	116

4.3. A referência do direito de resposta como parâmetro	118
4.4. O tempo mínimo do direito de resposta	121
4.5. Interpretação conforme à constituição: ao menos um minuto . .	129

CONSIDERAÇÕES FINAIS	133
---------------------------------------	------------

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	139
---	------------