

LUIZ FUX
LUIZ FERNANDO CASAGRANDE PEREIRA
WALBER DE MOURA AGRA

Coordenadores

Luiz Eduardo Peccinin

Organizador

PROPAGANDA ELEITORAL



Belo Horizonte



2018

Sumário:

PARTE I

A FUNÇÃO DEMOCRÁTICA E A LIBERDADE DE EXPRESSÃO NA PROPAGANDA ELEITORAL

CAPÍTULO 1

OS LIMITES DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO EM MATÉRIA ELEITORAL

LENINE PÓVOAS DE ABREU	15
1.1 Introdução	15
1.2 Noção geral de República sob a ótica constitucional	15
1.3 Liberdade de expressão: um fundamento democrático	17
1.4 Propaganda eleitoral: o que é isso?	20
1.5 Liberdade de expressão e a propaganda eleitoral	21
1.6 A migração da propaganda eleitoral	23
1.7 O artigo 242 do Código Eleitoral: um dispositivo não recepcionado pela constituição federal de 1988.....	24
1.8 Revelação dos aspectos negativos dos candidatos na propaganda eleitoral.....	25
1.9 Conclusões.....	29

CAPÍTULO 2

PROPAGANDA ELEITORAL NEGATIVA COMO INSTRUMENTO DE CONVENCIMENTO DO ELEITOR

MAURO ANTONIO PREZOTTO.....	31
2.1 Introdução	31
2.2 Eleições como elemento da democracia	31
2.3 Propaganda eleitoral como elemento indispensável do processo eleitoral	34
2.4 Propaganda eleitoral negativa como instrumento de convencimento do eleitor	41
2.5 Considerações finais.....	47
Referências.....	48

CAPÍTULO 3

A MENTIRA NO AMBIENTE DIGITAL: IMPACTOS ELEITORAIS E POSSIBILIDADES DE CONTROLE

FERNANDO NEISSER, PAULA BERNARDELLI, RAQUEL MACHADO	51
3.1 Introdução	51
3.2 Histórico da legislação	53
3.3 A propagação de informação no ambiente digital	55
3.4 Mentira na política e <i>fake news</i>	59
3.5 Boas práticas para o uso da internet.....	64
3.6 A necessidade de uma regulamentação específica e consequências jurídicas do emprego da mentira.....	66
Referências.....	68

CAPÍTULO 4

QUESTÕES CONCEITUAIS SOBRE COMUNICAÇÃO POLÍTICA, ELEITORAL E GOVERNAMENTAL

LUCIANA PANKE, PEDRO CHAPAVAL PIMENTEL.....	71
4.1 A comunicação com e entre a sociedade.....	72
4.2 Comunicação política.....	77
4.3 Comunicação eleitoral	80
4.4 Comunicação governamental	82

4.5	Considerações finais.....	85
	Referências.....	85

CAPÍTULO 5

A COMUNICAÇÃO POLÍTICA EM TEMPOS DE *BIG DATA* E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: A CAMPANHA DIGITAL DE DONALD TRUMP E O FUTURO DO MARKETING ELEITORAL BRASILEIRO

	DIOGO RAIS, L. N. CASTRO	89
5.1	Introdução	89
5.2	Breve relato do caso Trump	90
5.3	O <i>big data</i>	92
5.4	<i>Big data</i> , inteligência artificial e democracia: entre o apocalipse e a responsabilização humana	94
5.5	Considerações finais.....	97
	Referências.....	99
	APÊNDICES.....	101
	Apêndice A: Estudo de Caso: Vereador Thiago Lucena nas Mídias Sociais.....	101
	Apêndice B: Estudo de Caso: Regulamentação de transporte privado por aplicativos.....	103

CAPÍTULO 6

UM OLHAR PSICANALÍTICO ACERCA DO VOTO

	CARLOSSANTOS.....	107
6.1	Espaço geométrico.....	108
6.2	De um a outro segmento de reta	110
6.3	A primeira curva.....	112
6.4	Segunda curva.....	113
6.5	O giro do tempo.....	114
6.6	Tyche	115
6.7	De um pedaço a outro.....	117
6.8	O ser teza	119
6.9	A repetição.....	121
	Referências.....	122

PARTE II

PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA E PROPAGANDA ELEITORAL EM ESPÉCIE NA LEI Nº 9.504/97

CAPÍTULO 1

REFLEXÕES ACERCA DA PROPAGANDA ANTECIPADA DE ACORDO COM A RESOLUÇÃO DO TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL

	JULIANA SAMPAIO DE ARAÚJO, LÍVIA MARIA DE SOUSA	127
1.1	Introdução	127
1.2	Propaganda eleitoral: conceito, efeitos e limites formais.....	128
1.3	Propaganda extemporânea: Inovações Lei nº 13.165/2015	132
1.4	Propaganda eleitoral: limitações materiais e <i>fake news</i>	136
1.5	Conclusão	138
	Referências.....	138

CAPÍTULO 2

A PROPAGANDA ELEITORAL NO RÁDIO E NA TELEVISÃO: UMA VISÃO CRÍTICA

	OLIVAR CONEGLIAN, FABIOLA ROBERTI CONEGLIAN, ANDRÉ EIJI SHIROMA	141
2.1	Rádio e televisão: a oferta estatal	141
2.2	Bloco e inserção.....	141
2.3	O “custo” da propaganda eleitoral “gratuita”	143
2.4	O fundo especial de financiamento de campanha criado pela Lei nº 13.487/2017.....	144
2.5	Propaganda em rádio e televisão e o princípio da igualdade.....	146
2.6	Rádio e televisão na propaganda das eleições proporcionais: a candidatura a vereador	147
2.7	A limitação do conteúdo	148
2.8	A propaganda em rádio e televisão: uma proposta	150
2.9	Considerações finais.....	151
	Referências.....	152

CAPÍTULO 3

A PROPAGANDA ELEITORAL EM BENS PARTICULARES: SUA LIMITAÇÃO PROPORCIONAL E A LIBERDADE DE EXPRESSÃO

FREDERICO RAFAEL MARTINS DE ALMEIDA	153
3.1 Introdução	153
3.2 Democracia e o sistema eleitoral brasileiro.....	153
3.3 Propaganda política	156
3.3.1 Um breve histórico sobre a propaganda política.....	159
3.3.2 Propaganda eleitoral em geral.....	160
3.3.3 Classificação da propaganda eleitoral.....	161
3.3.4 A Propaganda eleitoral em bens particulares	162
3.3.5 O livre exercício da propaganda eleitoral, a liberdade de expressão e o princípio da cidadania e da proporcionalidade.....	164
3.4 Conclusão	168
Referências.....	169

CAPÍTULO 4

A PROPAGANDA ELEITORAL EM LOCAIS PÚBLICOS E O RETROCESSO NA LIBERDADE DAS CAMPANHAS NAS RUAS

MICHELS ALIBA.....	171
4.1 Introdução	171
4.2 A propaganda em locais públicos: histórico	171
4.3 A excessiva regulação da propaganda eleitoral.....	173
4.4 A marcha progressiva das proibições da propaganda eleitoral em locais públicos e restrições em locais privados.....	174
4.5 Da propaganda eleitoral em bens particulares	177
4.6 Conclusão	178
Referências.....	178

CAPÍTULO 5

PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA: TEORIA FUNCIONALISTA SISTÊMICA *VERSUS* TEORIA CLÁSSICA DA PROPAGANDA ELEITORAL

ALEXANDRE BASÍLIO COURA	179
5.1 Introdução	179
5.2 Propaganda eleitoral e propaganda eleitoral antecipada.....	180
5.3 Evolução conceitual da propaganda antecipada: quebra de paradigmas	182
5.4 O julgamento do Respe 5124/MG e o <i>preferred position</i> da liberdade de expressão.....	185
5.4.1 A derradeira reforma eleitoral, a Lei nº 13.488 e as propagandas pagas na internet	187
5.4.2 O <i>blinding stare decisis</i> vertical ou horizontal.....	189
5.5 A teoria funcionalista sistêmica da propaganda eleitoral	191
5.6 Conclusão	193
Referências.....	194

CAPÍTULO 6

PROPAGANDA ELEITORAL NA IMPRENSA ESCRITA E A LIBERDADE EDITORIAL DE APOIO POLÍTICO

HENRIQUE NEVES DA SILVA	197
6.1 O Direito à informação verdadeira e a livre manifestação do pensamento identificável.....	197
6.2 Noção de propaganda e as ilicitudes correlatas.....	200
6.3 O relevante papel da imprensa nas eleições e as <i>fake news</i>	206
6.4 As limitações aos meios de comunicação social e a liberdade de apoio político dos órgãos de imprensa escrita	209
6.5 Os abusos e o uso indevido dos veículos de imprensa escrita	213

PARTE III

O CONTROLE JUDICIAL DA PROPAGANDA E SEUS LIMITES

CAPÍTULO 1

A LIBERDADE DE EXPRESSÃO E O CONTROLE SOBRE O CONTEÚDO DA PROPAGANDA ELEITORAL: UMA PERSPECTIVA COMPARADA

LUCIANA DE OLIVEIRA RAMOS, DIOGO RAIS	219
1.1 Introdução	219
1.2 A liberdade de expressão e seus entendimentos	221
1.3 O controle de conteúdo da propaganda eleitoral no Brasil.....	224
1.4 Os contornos da propaganda eleitoral na internet: nova realidade e velhas regras?.....	227

1.5	Considerações finais.....	229
	Referências.....	229

CAPÍTULO 2

PROCESSO ELEITORAL E O CPC/2015: TUTELA INIBITÓRIA E A PROPAGANDA ELEITORAL ILÍCITA

PAULO HENRIQUE DOS SANTOS LUCON	231
2.1 Aplicação supletiva e subsidiária do CPC aos processos eleitorais	231
2.2 Direito a um procedimento adequado	232
2.3 Tutela da licitude	234
2.4 Tutela inibitória e propaganda eleitoral ilícita	235
2.5 Tutela provisória e julgamento parcial.....	236

CAPÍTULO 3

(IM)POSTURAS MUNICIPAIS E RESTRIÇÕES À PROPAGANDA ELEITORAL

NICOLAU KONKEL JUNIOR.....		239
3.1	Introdução	239
3.2	O ódio à política.....	240
3.3	A fundamentalidade dos direitos políticos	244
3.4	Posturas municipais e poder de polícia	246
3.5	O Direito e o tempo.....	247
3.6	Propaganda eleitoral e democracia.....	250
3.7	Competência legislativa: direito eleitoral e interesse local.....	252
3.8	A legislação e a jurisprudência.....	255
3.9	Análise crítica.....	259
	Referências.....	263

CAPÍTULO 4

FAKE NEWS, RADIODIFUSÃO E OS LIMITES DA JUSTIÇA ELEITORAL

BRUNO RANGEL AVELINO DA SILVA		265
4.1	Da atuação da Justiça Eleitoral em matéria de <i>fake news</i> e seus limites normativos.....	269
4.2	<i>Fake news</i> , radiodifusão e processo eleitoral	271
4.3	As soluções apontadas fora do direito positivado.....	279
	Referências.....	282

CAPÍTULO 5

A TUTELA ESPECÍFICA E A CONCORRÊNCIA ELEITORAL: A TRANSMISSÃO DE CONHECIMENTO E O COMBATE ÀS FAKE NEWS

FERNANDO MATHEUS DA SILVA.....	285
5.1 Introdução	285
5.2 As eleições e as <i>fake news</i>	288
5.3 Tutela específica para combater as <i>fake news</i>	293
5.3.1 Tutela inibitória.....	296
5.3.2 Tutela de remoção do ilícito	299
5.3.3 Tutela de ressarcimento na forma específica	300
5.3.4 Técnicas processuais de efetivação da tutela específica.....	301
5.4 Conclusão	306

CAPÍTULO 6

FAKE NEWS, ALGORITMOS, REPLICAÇÃO ARTIFICIAL E A RESPONSABILIDADE PENAL ELEITORAL

LUIZ TARO OYAMA, JILLIAN ROBERTO SERVAT	309
---	-----

PARTE IV

PESQUISAS ELEITORAIS E TESTES PRÉ-ELEITORAIS NO CONVENCIMENTO DO ELEITOR

CAPÍTULO 1

PARA ALÉM DA INTENÇÃO DE VOTO

ADRIANO OLIVEIRA	319
1.1 Introdução	319
1.2 A intenção de voto é secundária	320

1.3	Um favorito ou dois favoritos?	320
1.4	A crise econômica cria eleitores tolerantes?	322
1.5	A importância da Economia comportamental	324
1.6	A importância da pesquisa qualitativa: o papel da corrupção	325
1.7	A importância da pesquisa qualitativa: o poder das prefeituras	326
1.8	Conclusão: Para além da intenção de voto	327
	Referências	327

CAPÍTULO 2

A LIBERDADE À INFORMAÇÃO DO ELEITOR E O SEU NÚCLEO DE QUESTIONAMENTOS: POR QUÊ? PARA QUÊ? POR QUEM?

JULIANA RODRIGUES FREITAS, PAULO VICTOR AZEVEDO CARVALHO	329
2.1 Introdução	329
2.2 Processando informações	331
2.3 Informações(in)conclusivas.....	340
Referências	342

CAPÍTULO 3

PESQUISAS DE INTENÇÃO DE VOTO: EFEITOS SOBRE O ELEITORADO

TARCÍSIO VIEIRA DE CARVALHO NETO	343
3.1 Localização do tema e problematização.....	343
3.2 O perfil constitucional da matéria – A ADI nº 3.741-2/DF – (in)constitucionalidade de limitações temporais à divulgação de pesquisas eleitorais	347
3.3 O plano da Lei das Eleições: considerações gerais	350
3.4 Um olhar para o futuro.....	358
3.5 Notas conclusivas	360
Referências	361

PARTE V

DIREITO DE RESPOSTA

CAPÍTULO 1

DIREITO DE RESPOSTA E LIBERDADE DE IMPRENSA: OS (MUITOS) ERROS E (POUCOS) ACERTOS DA LEI Nº 13.188/2015

AMANDA PERLI GOLOMBIEWSKI, LYGIA MARIA COPI.....	365
1.1 Introdução	365
1.2 A liberdade de manifestação do pensamento e seus limites.....	366
1.3 Direito de resposta: fundamentos jurídicos e condições para seu legítimo exercício	372
1.4 Do julgamento da ADPF 130-DF à promulgação da Lei nº 13.188/2015: o percurso do direito de resposta no ordenamento jurídico brasileiro.....	375
1.5 Os (muitos) erros e (poucos) acertos da Lei nº 13.188/2015.....	377
1.6 Considerações finais.....	383
Referências	384

CAPÍTULO 2

LIBERDADE DE CRÍTICA PESSOAL E DIREITO À INFORMAÇÃO NA PROPAGANDA ELEITORAL E O DIREITO DE RESPOSTA: PRECEDENTES JURISPRUDENCIAIS DAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2014 E PERSPECTIVAS PARA AS ELEIÇÕES DE 2018

ANDREA SABBAGA DE MELO	387
2.1 Introdução: aspectos teóricos.....	387
2.2 Precedentes do TSE nas Eleições de 2014 e Perspectivas para as Eleições de 2018	393
2.3 Conclusão	400
Referências	401

CAPÍTULO 3

O DIREITO ELEITORAL EM TEMPOS DE *FAKE NEWS*: O QUE É ISTO, UM FATO SABIDAMENTE INVERÍDICO?

Guilherme Barcelos.....	403
3.1 Introdução	403
3.2 O que é isto, um fato sabidamente inverídico?	403
3.3 Do fato sabidamente inverídico na legislação eleitoral brasileira	407

3.4	Da jurisprudência – o fato sabidamente inverídico e o tribunal superior eleitoral.....	408
3.5	O fenômeno das <i>fake news</i> e a recente abordagem da justiça eleitoral brasileira: o Tribunal Superior Eleitoral e o combate às falsas notícias.....	411
3.6	Conclusão	414
	Referências	416
SOBRE OS AUTORES.....		419