

ALEXANDRE FREIRE PIMENTEL

Prefácio

Luiz Carlos de Barros Figueirêdo

Apresentação

Walber de Moura Agra

PROPAGANDA ELEITORAL
PODER DE POLÍCIA E
TUTELA PROVISÓRIA NAS ELEIÇÕES

2ª edição revista, ampliada e atualizada

Belo Horizonte

FÒRUM
CONHECIMENTO JURÍDICO

2022

© 2019 Editora Fórum Ltda
2022 2ª edição

É proibida a reprodução total ou parcial desta obra, por qualquer meio eletrônico, inclusive por processos xerográficos, sem autorização expressa do Editor.

Conselho Editorial

Adilson Abreu Dallari	Floriano de Azevedo Marques Neto
Alécia Paolucci Nogueira Bicalho	Gustavo Justino de Oliveira
Alexandre Coutinho Pagliarini	Inês Virginia Prado Soares
André Ramos Tavares	Jorge Ulisses Jacoby Fernandes
Carlos Ayres Britto	Juarez Freitas
Carlos Mário da Silva Velloso	Luciano Ferraz
Cármem Lúcia Antunes Rocha	Lúcio Delfino
Cesar Augusto Guimarães Pereira	Marcia Carla Pereira Ribeiro
Clovis Beznos	Márcio Cammarosano
Cristiana Fortini	Marcos Ehrhardt Jr.
Dinorá Adelaide Musetti Grotti	Maria Sylvia Zanella Di Pietro
Diogo de Figueiredo Moreira Neto (<i>in memoriam</i>)	Ney José de Freitas
Egon Bockmann Moreira	Oswaldo Othon de Pontes Saraiva Filho
Emerson Gabardo	Paulo Modesto
Fabrizio Motta	Romeu Felipe Bacellar Filho
Fernando Rossi	Sérgio Guerra
Flávio Henrique Unes Pereira	Walber de Moura Agra

FÓRUM

CONHECIMENTO JURÍDICO

Luís Cláudio Rodrigues Ferreira
Presidente e Editor

Coordenação editorial: Leonardo Eustáquio Siqueira Araújo
Aline Sobreira de Oliveira

Rua Paulo Ribeiro Bastos, 211 – Jardim Atlântico – CEP 31710-430
Belo Horizonte – Minas Gerais – Tel.: (31) 2121.4900
www.editoraforum.com.br – editoraforum@editoraforum.com.br

Técnica. Empenho. Zelo. Esses foram alguns dos cuidados aplicados na edição desta obra. No entanto, podem ocorrer erros de impressão, digitação ou mesmo restar alguma dúvida conceitual. Caso se constate algo assim, solicitamos a gentileza de nos comunicar através do e-mail editorial@editoraforum.com.br para que possamos esclarecer, no que couber. A sua contribuição é muito importante para mantermos a excelência editorial. A Editora Fórum agradece a sua contribuição.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com a AACR2

P644p	Pimentel, Alexandre Freire Propaganda eleitoral: poder de polícia e tutela provisória nas eleições / Alexandre Freire Pimentel. 2. edição. – Belo Horizonte : Fórum, 2022. 369p., 14,5cm x 21,5cm ISBN: 978-65-5518-435-8 1. Direito Eleitoral. 2. Direito Processual Civil. 3. Direito Constitucional. I. Título. CDD 341.28 CDU 342.8
-------	---

Elaborado por Daniela Lopes Duarte - CRB-6/3500

Informação bibliográfica deste livro, conforme a NBR 6023:2018 da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT):

PIMENTEL, Alexandre Freire. *Propaganda eleitoral: poder de polícia e tutela provisória nas eleições*. 2. ed. Belo Horizonte: Fórum, 2022. 369p. ISBN 978-65-5518-435-8.

SUMÁRIO

PREFÁCIO DA PRIMEIRA EDIÇÃO

Luiz Carlos de Barros Figueirêdo	17
--	----

APRESENTAÇÃO DA PRIMEIRA EDIÇÃO UM PROFESSOR QUE HONRA A MAGISTRATURA

Walber de Moura Agra.....	19
---------------------------	----

CAPÍTULO 1

PROPAGANDA: NOÇÕES GERAIS, PRINCÍPIOS E ESPÉCIES.....25

1.1	Propaganda eleitoral, publicidade e marketing.....	25
1.1.1	Propaganda eleitoral positiva e negativa.....	30
1.2	Dos princípios que orientam a propaganda eleitoral.....	31
1.2.1	Princípio da atuação ex officio: o poder de polícia do juiz da propaganda e o poder normativo da justiça eleitoral	32
1.2.2	Princípio da legalidade (Federal) e o direito à propaganda nas eleições normais e suplementares.....	36
1.2.3	Princípio da liberdade e disponibilidade e o problema da censura prévia, na propaganda física e na internet: o problema do controle da criptografia por ordem judicial	39
1.2.4	Princípio da responsabilidade partidária solidária e a questão dos impulsionamentos patrocinados na internet.....	46
1.2.5	Princípio da isonomia entre candidatos e partidos e a questão dos termos de ajustamento de conduta (TACs) do Ministério Público Eleitoral.....	48
1.2.5.1	Negócios processuais eleitorais e calendarização	50
1.2.6	Princípio da anualidade e anterioridade	52
1.2.6.1	Teoria da retrospectividade e propaganda eleitoral	58
1.3	Propaganda política	65
1.3.1	A propaganda partidária após a reforma de 2017 e a instituição do fundo especial de financiamento de campanha (FEFC).....	67
1.3.2	Propaganda partidária e a restauração do direito de antena.....	70
1.3.3	Da propaganda intrapartidária	77
1.4	Da propaganda eleitoral antecipada e a metodologia da tripla filtragem da liberdade de expressão sugerida pelo TSE.....	79
1.4.1	Quanto ao conceito de “pedido explícito de voto” e a questão da proibição dos meios ilícitos de propaganda	86
1.5	Propaganda de candidatos sub judice e propaganda feita por pessoas condenadas com trânsito em julgado	91
1.6	As prévias partidárias: ilícitos na Internet, representação e o uso do <i>block chain</i> como meio de prova no processo eleitoral	95
1.7	Propaganda Eleitoral e o direito à imagem de pessoa (viva e falecida)	99

CAPÍTULO 2

A PROPAGANDA EM MEIO FÍSICO.....105

2.1	A propaganda sonora	105
2.1.1	Permissões e restrições ao uso de carros de som e minitrios: em carreatas, caminhadas, passeatas e comícios	107
2.1.2	Limites sonoros e a questão da regularização ou da retirada da propaganda sonora irregular	112
2.2	Camisetas, chaveiros, bonés, canetas, brindes, cestas básicas, showmícios e <i>lives</i> eleitorais	114
2.2.1	<i>Outdoors</i> , <i>blimps</i> , <i>banners</i> e artefatos similares em campanhas e pré-campanhas.....	116
2.3	Propaganda em bens particulares.....	122
2.3.1	O uso de adesivos plásticos	125
2.3.2	Propaganda em imóveis particulares: a definição de janelas e a	

	preservação da estética urbanístico-ambiental	128
2.3.3	A questão da autorização do proprietário ou possuidor do imóvel e a sanção respectiva	130
2.4	Propaganda em bens públicos e bens de uso comum.....	131
2.4.1	O requisito da mobilidade da propaganda de rua e as normas técnicas da ABNT para a circulação de pessoas com deficiência	134
2.4.2	Propaganda em vias públicas (cavaletes), árvores, jardins e áreas ajardinadas	136

CAPÍTULO 3

A PROPAGANDA NO RÁDIO, NA TELEVISÃO E EM JORNAIS...139

3.1	Propaganda eleitoral no rádio e na televisão	139
3.2	Propaganda através de inserções e em blocos	144
3.3	Critérios para a distribuição do tempo aos partidos, coligações e federações	147
3.4	Alterações legais de 2017 relativas aos debates	152
3.5	A propaganda na imprensa escrita (imprensa e na internet)	154

CAPÍTULO 4

A PROPAGANDA NA INTERNET

4.1	A evolução da máquina computacional.....	161
4.2	A internet (<i>deep web</i> e <i>darknet</i>): entendendo as origens e a dificuldade técnica de controle	165
4.3	Inteligência artificial e a (i)licitude do uso de robôs em propaganda eleitoral	170
4.4	Restrições aos disparos em massa feitos por robôs e <i>click farms</i> (as fazendas humanas de cliques).....	174
4.5	A internet, “veículos de comunicação social” e abuso de poder e a guinada interpretativa do TSE para combater as milícias digitais...186	
4.6	Propaganda paga em período permitido – distinguindo: impulsionamentos, postagens e anúncios	193
4.6.1	Requisitos, legitimidade e espécies de impulsionamentos: prestação de contas e a tipificação de conduta criminosa	197
4.7	Propaganda por mensagens eletrônicas e telemarketing.....	199
4.8	Anonimato, perfis falsos e propaganda eleitoral.....	202
4.8.1	Da licitude do uso de pseudônimos e campanha eleitoral.....	208
4.9	Desinformação: <i>fake news</i> , <i>deep fake news</i> e crimes na propaganda eleitoral	215
4.9.1	Milícias digitais e o crime de <i>bunker</i> cibernético previsto no art. 57-H da Lei nº 9.504/1997	221
4.9.2	Criptografia e as limitações técnicas das aplicações de internet em relação ao cumprimento de ordens judiciais	225
4.10	Internet, direito ao esquecimento e propaganda eleitoral.....	228
4.11	O uso de <i>cookies</i> e <i>spams</i> na propaganda eleitoral.....	233
4.12	A criminalização da conduta de <i>fake news</i> no Código Eleitoral após a vigência da Lei nº 14.192/2021	237
4.13	A criminalização da denúncia caluniosa com fins eleitorais	239

CAPÍTULO 5

CONDUTAS VEDADAS, PROPAGANDA E ABUSO DE PODER...245

5.1	Condutas vedadas e o conceito de agentes públicos	245
5.1.1	Cessão ou uso de bens públicos	247
5.1.2	Uso de materiais ou serviços custeados pelos Governos ou Casas Legislativas	249
5.1.3	Cessão ou uso de servidor público ou empregado da administração direta ou indireta Federal, Estadual ou Municipal do Poder Executivo	250
5.1.4	Fazer ou permitir uso promocional em favor de candidato, partido político ou coligação, de distribuição gratuita de bens e serviços de caráter social custeados ou subvencionados pelo Poder Público	251
5.1.5	Nomeação, contratação, remoção, transferência ou demissão sem justa causa, supressão de vantagens ou por outros meios	

	difícultar ou impedir o exercício funcional	252
5.1.6	Transferência voluntária de recursos da União aos estados e municípios, e dos estados aos municípios	254
5.1.7	Restrições à publicidade institucional	255
5.2	Propaganda e abuso de poder	256
5.2.1	Da inexistente figura do abuso do poder religioso	261

CAPÍTULO 6

	PROPAGANDA ELEITORAL E DIREITO DE RESPOSTA	265
6.1	O direito de resposta no âmbito geral e na seara eleitoral	265
6.2	Direito de resposta e propaganda eleitoral: especificidades do procedimento (eletrônico) da representação	268
6.3	Da legitimação	273
6.4	Requisitos para o exercício do direito de resposta	277
6.5	A competência	279
6.6	O problema do meio de divulgação da ofensa nos “veículos de comunicação social”	280

CAPÍTULO 7

	O PODER DE POLÍCIA	283
7.1	Definição do poder de polícia	283
7.2	Limites do poder de polícia	287
7.3	Natureza do poder de polícia e a questão do impedimento e suspeição do juiz	289
7.4	Poder de polícia e a aplicação de multa eleitoral punitiva	295
7.5	Um réquiem para a aplicação de astreintes e outras medidas de apoio à efetivação da decisão judicial no exercício do poder de polícia	300
7.6	A aplicação de medidas sancionatórias típicas e a solidariedade entre candidatos e partidos políticos	309
7.6.1	Das hipóteses de aplicação de multas punitivas em decorrência de propaganda eleitoral irregular	313
7.6.1.1	Multa em razão de propaganda intrapartidária irregular	313
7.6.1.2	Multa pela propaganda realizada em bens públicos e bens de uso comum	315
7.6.1.3	Multa e propaganda sonora	316
7.6.1.4	Multa em razão de showmícios e <i>outdoors</i>	317
7.6.1.5	Sanção pela propaganda eleitoral feita com símbolos ou caracteres de identificação de órgãos governamentais	318
7.6.1.6	Sanções decorrentes da captação ilícita de sufrágio	319
7.6.1.7	Consequências da propaganda irregular nas empresas jornalísticas	321
7.6.1.8	Sanções decorrentes da propaganda irregular na internet	323
7.6.2	Dos crimes relacionados à propaganda eleitoral no dia da eleição	328
7.7	Cobrança executiva da multa eleitoral: a questão da prescrição e o direito ao parcelamento	330

CAPÍTULO 8

	DIREITO PROCESSUAL ELEITORAL E TUTELA PROVISÓRIA EM PROPAGANDA	333
8.1	Direito eleitoral e direito processual eleitoral	333
8.2	Dos princípios informativos do direito processual eleitoral	334
8.3	Da relação processual eleitoral	335
8.4	Taxonomia das ações eleitorais: da teoria à prática	338
8.5	A tutela provisória	340
8.5.1	A tutela preventiva: cautelar e inibitória	341
8.5.2	Tutelas provisórias de natureza administrativa e jurisdicional	345
8.5.3	Formação e estabilização da jurisprudência eleitoral: uma premissa para o cabimento da tutela da evidência liminar	348
8.5.4	Do cabimento da tutela da evidência no processo eleitoral	353

	REFERÊNCIAS	361
--	-------------------	-----