



Ano após ano, o Direito Eleitoral vem acen-tuando sua autonomia acadêmica no Direito brasileiro e colocando-se no centro dos grandes debates nacionais. O *Tratado de Direito Eleitoral* representa a mais ambiciosa coleção de doutrinas em Direito Eleitoral no Brasil. A coletânea, que conta com a contribuição de mais de duzentos autores, compilou os principais estudos acerca dos mais atuais debates deste ramo do Direito, sistematizando-os em oito grandes temas: *Direito Constitucional Eleitoral, Direito Partidário, Elegibilidade e Inelegibilidades, Propaganda Eleitoral, Financiamento e Prestação de Contas, Direito Processual Eleitoral, Abuso de Poder e Perda de Mandato e Direito Penal e Processo Penal Eleitoral*. Assim, o *Tratado de Direito Eleitoral* vem para se tornar a principal fonte de pesquisa acadêmica e profissional em Direito Eleitoral existente até hoje.

LUIZ FUX
LUIZ FERNANDO CASAGRANDE PEREIRA
WALBER DE MOURA AGRA
Coordenadores

Luiz Eduardo Peccinin
Organizador

Comissão Científica

Roberta Maia Gresta
Frederico Franco Alvim
João Andrade Neto

Comissão Executiva

Maitê Chaves Marrez
Paulo Henrique Golambiuk
Waldir Franco Félix Júnior

VOLUME 4 PROPAGANDA ELEITORAL

COLEÇÃO TRATADO DE DIREITO ELEITORAL

Área específica
Direito Eleitoral

Áreas afins
Direito Constitucional, Direito Político e
Parlamentar, Ciência Política

Público-alvo/consumidores
Acadêmicos, advogados, servidores da Justiça
Eleitoral, juízes e promotores eleitorais

FORMATO: 17,0 X 24,0 cm
CÓDIGO: 10001393

P962 Propaganda eleitoral / Luiz Fux, Luiz Fernando Casagrande Pereira, Walber de Moura Agra (Coord.); Luiz Eduardo Peccinin (Org.). – Belo Horizonte : Fórum, 2018.
422 p.

Tratado de Direito Eleitoral
V. 4

ISBN da Coleção: 978-85-450-0495-0
ISBN do Volume: 978-85-450-0499-8

1. Direito Eleitoral. 2. Direito Constitucional. 3. Direito partidário. 4. Ciência Política.
I. Fux, Luiz. II. Pereira, Luiz Fernando Casagrande. III. Agra, Walber de Moura. IV.
Peccinin, Luiz Eduardo. V. Título.

CDD 341.28
CDU 342.8

Informação bibliográfica deste livro, conforme a NBR 6023:2002 da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT):

FUX, Luiz; PEREIRA, Luiz Fernando Casagrande; AGRA, Walber de Moura (Coord.); PECCININ, Luiz Eduardo (Org.). *Propaganda Eleitoral*. Belo Horizonte: Fórum, 2018. 422 p. (Tratado de Direito Eleitoral, v. 4.) ISBN 978-85-450-0499-8.

LUIZ FUX

Ministro do Supremo Tribunal Federal e Presidente do Tribunal Superior Eleitoral. Professor catedrático de processo civil na Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Doutor em Direito Processual Civil pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Membro da Academia Brasileira de Letras Jurídicas. Membro da Academia Brasileira de Filosofia. Presidente da Comissão de Juristas do Novo Código de Processo Civil.

LUIZ FERNANDO CASAGRANDE PEREIRA

Advogado. Doutor e Mestre em Direito Processual Civil pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). É professor de processo civil da Pós-Graduação do Instituto Romeu Bacellar e de outras instituições. Foi membro consultor da Comissão de Reforma do Código de Processo Civil do Conselho Federal da OAB. É autor, ainda, de inúmeros artigos, cursos e palestras na área do Direito Processual Civil e do Direito Empresarial. Compõe o Conselho Científico de diversas revistas jurídicas. Atualmente é Conselheiro titular do Conselho Seccional na OAB-PR. Membro fundador da Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político (ABRADEP).

WALBER DE MOURA AGRA

Advogado e Procurador do Estado de Pernambuco. Mestre em Direito pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Doutor em Direito pela Universidade Federal de Pernambuco/Università degli Studio di Firenze. Pós-Doutor em Direito Constitucional pela Universidade Montesquieu Bordeaux IV. Professor Visitante da Universidade Montesquieu Bordeaux IV (2008). Visiting Research Scholar of Cardozo Law School. Diretor e Membro Fundador do Instituto Brasileiro de Estudos Constitucionais. Professor Adjunto da Universidade Federal de Pernambuco. Professor visitante da Universidade de Bari - Itália. Professor do Centro Didático Euro Americano (CEDEUAM) da Università Del Salento. Membro fundador da Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político (ABRADEP).

LUIZ EDUARDO PECCININ (Organizador)

Advogado. Mestre em Direito do Estado pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Especialista em Direito Administrativo pelo Instituto de Direito Romeu Felipe Bacellar. Especialista em Direito Eleitoral pela Universidade Positivo. Vice-Presidente do IPRADE – Instituto Paranaense de Direito Eleitoral. Membro da Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político (ABRADEP). Coordenador Executivo do curso de Pós-Graduação em Direito Eleitoral da Universidade Positivo e do Curso de Pós-Graduação *In Company* em Direito Eleitoral UP e TRE/PR. Membro da Comissão de Direito Eleitoral da Ordem dos Advogados do Brasil, Seccional Paraná.

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

| | |
|--|-----|
| CARLOS SANTOS | 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, FABÍOLA ROBERTI CONEGLIAN, ANDRÉ EIZI 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

| | |
|--|-----|
| MICHEL SALIBA | 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 a <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 lícitude | 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 resarcimento 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 COPLI | 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 |