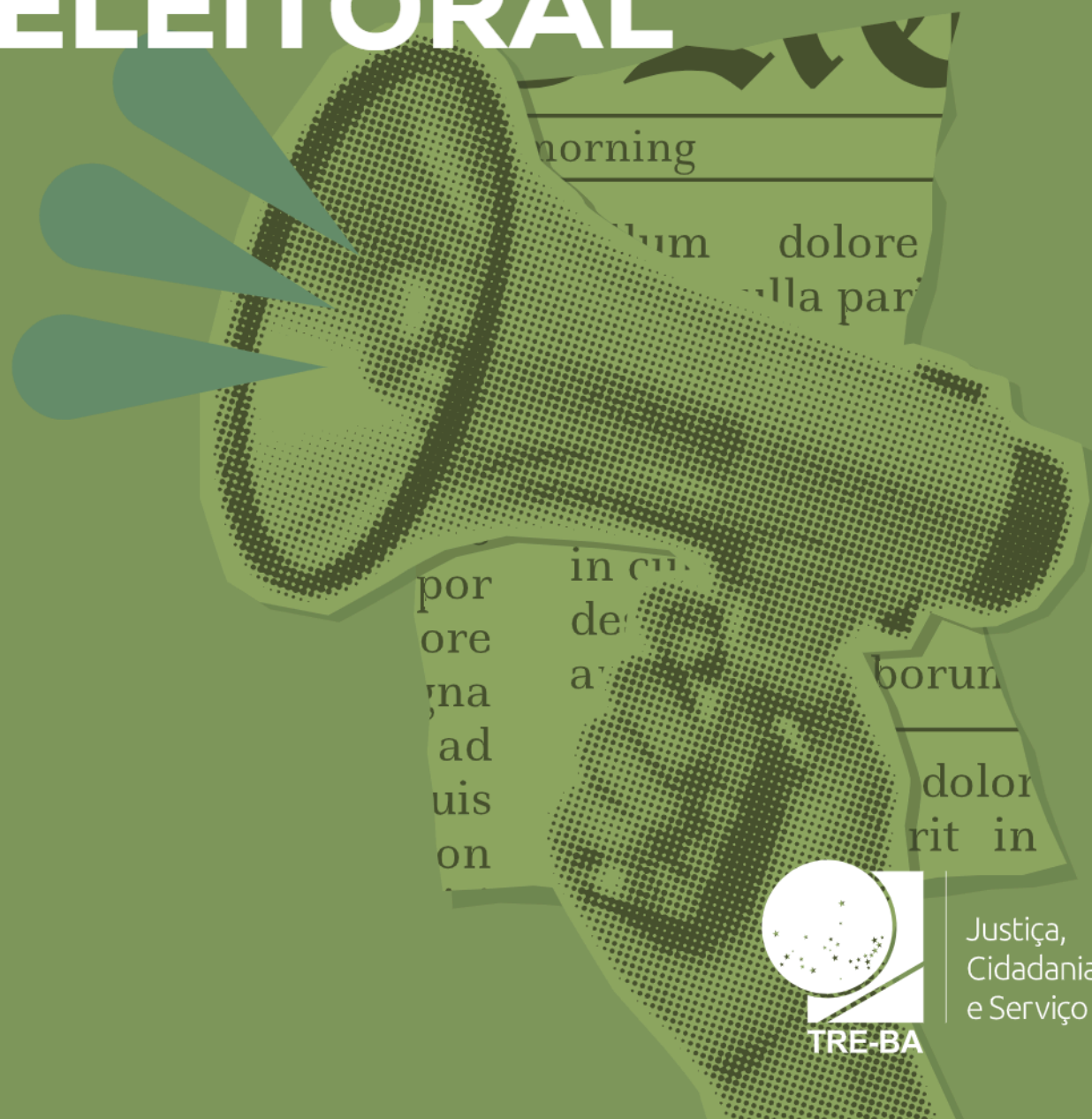


CARTILHA

PROPAGANDA ELEITORAL



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DA BAHIA

Secretaria Judiciária

Assessoria de Gestão de Jurisprudência

Compilação e Consolidação: Hesli Rios

CARTILHA

PROPAGANDA ELEITORAL

Editoração e Capa: Tiago Alencar

Assessoria de Comunicação do TRE-BA

ELIÇÕES
2026
#VOTONADEMOCRACIA



Justiça,
Cidadania
e Serviço

SUMÁRIO

1. Apresentação	05
2. Dispositivos Legais	06
3. Calendário da Propaganda Eleitoral	07
4. Propaganda Política	14
4.1. Propaganda Partidária	14
4.2. Propaganda Eleitoral	15
4.3. Propaganda Extemporânea	15
5. Espécies de Propaganda Eleitoral	18
5.1. Propaganda Intrapartidária	18
5.2. Comícios, Caminhadas, Carreatas e Passeatas	18
5.3. Distribuição de Material Gráfico	20
5.4. Inscrições na Fachada e Dependências das Sedes dos Partidos Políticos	21
5.5. Na Imprensa	21
5.6. Alto-Falantes e Amplificadores de Som	21
5.7. Em Bens Públicos e Particulares	22
5.8. Em Folhetos, Volantes e Outros Impressos	23
5.9. Na Imprensa Escrita	24
5.10. No Rádio e Televisão	24
5.10.1. Programas em Bloco (ou em rede)	25
5.10.2. Inserções	25
5.10.3. Plano de Mídia	26
5.10.4. Horário Eleitoral Gratuito	27
5.10.5. Veiculação da propaganda no Rádio e TV	28
5.10.6. Programação normal e noticiário no Rádio e TV no período eleitoral	30
5.10.7. Debates na TV e Rádio	31
5.11. Na Internet	32
5.11.1. O que não é permitido na Internet	33
6. Poder de Polícia	34
6.1. Conteúdo que não pode ser veiculado na Propaganda Eleitoral	35
7. Dia da Eleição	36
• Encarte especial: Inteligência artificial e deepfakes nas eleições	38

1. APRESENTAÇÃO

A propaganda eleitoral constitui um dos principais instrumentos de comunicação entre candidatas, candidatos, partidos políticos e o eleitorado. Por meio dela, são divulgadas propostas, ideias e posicionamentos, permitindo que a população conheça melhor aqueles que disputam cargos públicos e possa exercer o voto de forma mais consciente e informada.

No Brasil, a propaganda eleitoral é regulamentada pela legislação eleitoral e fiscalizada pela Justiça Eleitoral, que estabelece regras específicas para garantir a igualdade de oportunidades entre os concorrentes e a lisura do processo democrático. Essas normas disciplinam aspectos como período de divulgação, meios permitidos, limites de atuação e condutas vedadas.

Com o avanço das tecnologias digitais e das redes sociais, a propaganda eleitoral passou por importantes transformações nos últimos anos. Atualmente, além dos meios tradicionais, como rádio, televisão, impressos e eventos presenciais, as campanhas utilizam amplamente plataformas digitais para alcançar o eleitorado de forma rápida e direta, o que exige ainda mais atenção ao cumprimento das regras legais.

A observância das normas sobre propaganda eleitoral é fundamental para prevenir abusos, desinformação e desequilíbrios na disputa eleitoral. Condutas irregulares podem resultar na aplicação de multas, remoção de conteúdos e outras sanções previstas na legislação, reforçando a importância de campanhas pautadas pela ética, transparência e respeito às instituições democráticas.

Esta cartilha tem como objetivo apresentar, de forma clara e acessível, os principais conceitos, regras e orientações relacionados à propaganda eleitoral, contribuindo para o esclarecimento de candidatas, candidatos, partidos políticos, profissionais da comunicação e cidadãos em geral acerca dos direitos, deveres e limites estabelecidos pela legislação eleitoral brasileira.

2. DISPOSITIVOS LEGAIS

- [Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965](#) – Código Eleitoral;
- [Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990](#) - Estabelece casos de inelegibilidade, prazos de cessação, e determina outras providências;
- [Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997](#) - Estabelece normas para as eleições;
- [Resolução TSE nº 23.760, de 02 de março de 2026](#) - Fixa o calendário eleitoral para as eleições de 2026;
- [Resolução TSE nº 23.610/2019, de 18 de dezembro de 2019](#) – Dispõe sobre propaganda eleitoral.

3. CALENDÁRIO DA PROPAGANDA ELEITORAL

AGOSTO

16

- Data a partir da qual será permitida a propaganda eleitoral, inclusive na internet, conforme especificado:
- Utilização de alto-falantes ou amplificadores de som, das 8 às 22 horas até 03.10;
- Realização de comícios com aparelhagem de sonorização fixa das 8 às 24 horas, e por mais duas horas nos comícios de encerramento de campanha, até 01.10;
- Possibilidade de distribuição de material gráfico, caminhada, carreata ou passeata, com ou sem carro de som ou minitrio (até as 22 horas de 03/10).
- Data a partir da qual e até 2 de outubro, serão permitidas a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 10 (dez) anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada candidata ou candidato, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide (Lei nº 9.504/1997, art. 43, caput; e Res.-TSE nº 23.610/2019, art. 42).
- Data a partir da qual e até 1º de outubro, poderá haver circulação paga ou impulsionada de propaganda eleitoral na internet (Res.-TSE nº 23.610/2019, art. 29, § 11).

A partir do dia 16.08.26 a utilização de live por pessoa candidata para promoção pessoal ou de atos referentes a exercício de mandato, mesmo sem menção ao pleito, equivale à promoção de candidatura e constitui ato de campanha eleitoral de natureza pública.

23

- Data-limite para que os Tribunais Eleitorais convoquem os partidos políticos, as federações, as coligações e a representação das emissoras de televisão e de rádio para a elaboração de plano de mídia para uso da parcela do horário eleitoral gratuito a que tenham direito e para realizar o sorteio para escolha da ordem de veiculação da propaganda em rede (Lei nº 9.504/1997, art. 52; e Resolução nº 23.610/2019/TSE, art. 53, caput e § 1º).

28

- Data a partir da qual, até 1º (primeiro) de outubro de 2026, será veiculada a propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão relativa ao primeiro turno (Lei nº 9.504/1997, arts. 47, caput, e 51; e Resolução nº 23.610/2019/TSE, art. 49).

OUTUBRO

01

- Último dia para a divulgação da propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão relativa ao primeiro turno (Lei nº 9.504/1997, art. 47, caput; Código Eleitoral, art. 240, parágrafo único; e Resolução nº 23.610/2019/TSE, art. 49).
- Último dia para a realização de comícios e utilização de aparelhagem de sonorização fixa, entre as 8h (oito horas) e as 24h (vinte e quatro horas), com exceção do comício de encerramento da campanha, que poderá ser prorrogado por mais 2 (duas) horas (Código Eleitoral, art. 240, parágrafo único; Lei nº 9.504/1997, art. 39, § 4º; e Resolução nº 23.610/2019/TSE, arts. 5º e 15, § 1º).

- Último dia para a realização de debate no rádio e na televisão, admitida sua extensão até as 7h (sete horas) do dia 2 (dois) de outubro (Resolução nº 23.610/2019/TSE, art. 46, IV).
- Data a partir da qual, até as 24 horas que sucedem o término do pleito, ficam vedadas a publicação e a republicação, ainda que gratuitas, bem como o impulsionamento pago de novos conteúdos sintéticos produzidos ou alterados por inteligência artificial ou por tecnologias equivalentes que utilizem imagem, voz ou manifestação de candidata ou candidato ou de pessoa pública, mesmo que rotulados e em conformidade com as demais exigências previstas no art. 9º-B da Resolução -TSE nº 23.610/2019.
- Último dia para a circulação paga ou impulsionada de propaganda eleitoral na internet, mesmo se a contratação tiver sido realizada antes desse prazo, cabendo ao provedor de aplicação, que comercializa o impulsionamento, realizar o desligamento da veiculação de propaganda eleitoral, estendendo-se a vedação até 5 de outubro de 2026 (Resolução nº 23.610/2019/TSE, art. 29, § 11).

02

- Último dia para divulgação paga, na imprensa escrita, e reprodução, na internet, de jornal impresso, de até 10 (dez) anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada candidata ou candidato, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide (Lei nº 9.504/1997, art. 43, caput; e Resolução nº 23.610/2019/TSE, art. 42).

03

- Último dia, até as 22h (vinte e duas horas), em que é permitido promover distribuição de material gráfico e realização de caminhada, carreata ou passeata, acompanhados ou não por carro de som ou minitrio (Lei nº 9.504/1997, art. 39, § 9º; e Resolução nº 23.610/2019/TSE, art. 16).

- Último dia, até as 22h, em que é permitida a utilização de alto-falantes ou amplificadores de som, nos termos do art. 39, §3º da Lei 9.504/97.

05

- Data a partir da qual, decorrido o prazo de 24 (vinte e quatro) horas do encerramento da votação, até 24 de outubro de 2026, as candidatas, os candidatos, os partidos, as federações e as coligações participantes do segundo turno poderão fazer funcionar, entre as 8h (oito horas) e as 22h (vinte e duas horas), alto-falantes ou amplificadores de som, nos termos do art. 39, §3º da Lei 9.504/97.
- Data a partir da qual, decorrido o prazo de 24 (vinte e quatro) horas do encerramento da votação, até 22 de outubro, poderão ser realizados comícios e utilizada aparelhagem de sonorização fixa, entre as 8h (oito horas) e as 24h (vinte e quatro horas), com exceção do comício de encerramento da campanha, que poderá ser prorrogado por mais 2 (duas) horas (Código Eleitoral, art. 240, parágrafo único; Lei nº 9.504/1997, art. 39, § 4º; e Resolução nº 23.610/2019/TSE, art. 15, § 1º).
- Data a partir da qual, decorrido o prazo de 24 (vinte e quatro) horas do encerramento da votação em primeiro turno e até as 22h de 24 de outubro de 2026, poderá haver distribuição de material gráfico, caminhada, carreata ou passeata, acompanhadas ou não por carro de som ou minitrio (Código Eleitoral, art. 240, parágrafo único; Lei nº 9.504/1997, art. 39, § 9º; Resolução nº 23.610/2019/TSE, art. 16).
- Data a partir da qual, até 23 de outubro de 2026, serão permitidas a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 10 (dez) anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada candidata ou candidato, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide (Lei nº 9.504/1997, art. 43, caput; e Resolução nº 23.610/2019/TSE, art. 42).
- Data a partir da qual, após as 17 h (dezesete horas), e observado o prazo de 24

(vinte e quatro) horas do encerramento da votação em primeiro turno, poderá haver circulação paga ou impulsionada de propaganda eleitoral na internet, estendendo-se a permissão até 22 de outubro de 2026 (Resolução nº 23.610/2019/TSE, art. 29, § 11).

09

- Data a partir da qual, até 23 de outubro de 2026, será veiculada propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão relativa ao segundo turno (Lei nº 9.504/1997, art. 49, caput; e Resolução nº 23.610/2019/TSE, art. 60).

22

- Último dia para a realização de comícios e utilização de aparelhagem de sonorização fixa, entre as 8h (oito horas) e as 24h (vinte e quatro horas), com exceção do comício de encerramento da campanha, que poderá ser prorrogado por mais 2 (duas) horas (Código Eleitoral, art. 240, parágrafo único; Lei nº 9.504/1997, art. 39, § 4º; e Resolução nº 23.610/2019/TSE, arts. 5º e 15, § 1º).
- Data a partir da qual, até as 24 horas que sucedem o término do pleito, ficam vedadas a publicação e a republicação, ainda que gratuitas, bem como o impulsionamento pago de novos conteúdos sintéticos produzidos ou alterados por inteligência artificial ou por tecnologias equivalentes que utilizem imagem, voz ou manifestação de candidata ou candidato ou de pessoa pública, mesmo que rotulados e em conformidade com as demais exigências previstas no art. 9º-B da Resolução.-TSE nº 23.610/2019.
- Último dia para a circulação paga ou impulsionada de propaganda eleitoral na internet, mesmo se a contratação tiver sido realizada antes desse prazo, cabendo ao provedor de aplicação que comercializa o impulsionamento realizar o desligamento da veiculação de propaganda eleitoral, estendendo-se a vedação até 26 de outubro (Resolução nº 23.610/2019/TSE, art. 29, § 11).

23

- Último dia para a divulgação da propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão relativa ao segundo turno (Lei nº 9.504/1997, art. 49, caput; e Resolução nº 23.610/2019/TSE, art. 60).
- Último dia para a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 10 (dez) anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada candidata ou candidato, no espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide, relativa ao segundo turno (Lei nº 9.504/1997, art. 43, caput; e Resolução nº 23.610/2019/TSE, art. 42).

24

- Último dia em que as candidatas, os candidatos, os partidos, as federações e as coligações participantes do segundo turno poderão fazer funcionar, entre as 8h (oito horas) e as 22h (vinte e duas horas), alto-falantes ou amplificadores de som, nos termos do art. 39, §3º da Lei 9.504/97.
- Último dia, até as 22h (vinte e duas horas), em que é permitido promover distribuição de material gráfico e realização de caminhada, carreata ou passeata, acompanhados ou não por carro de som ou minitrio (Lei nº 9.504/1997, art. 39, § 9º; e Resolução nº 23.610/2019/TSE, art. 16).

27

- Data a partir da qual o material da propaganda eleitoral gratuita deverá ser retirado das emissoras, sob pena de sua destruição, contado o prazo de 60 (sessenta) dias após a respectiva divulgação (Resolução nº 23.610/2019/TSE, art. 122).

NOVEMBRO

24

- Último dia para as candidatas, os candidatos, os partidos políticos, as federações e as coligações removerem as propagandas relativas ao segundo turno das eleições e promoverem a restauração do bem em que afixada, se for o caso (Resolução nº 23.610/2019/TSE, art. 121).

Para o segundo turno, se houver, a divulgação da propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão ocorrerá entre os dias 09 a 23 de outubro de 2026.

4. PROPAGANDA POLÍTICA

A propaganda política consiste em toda forma de comunicação destinada a influenciar a opinião pública acerca de ideias, partidos, candidatos, governos ou temas de interesse político. Seu principal objetivo é conquistar apoio da população, seja por meio da divulgação de propostas, da defesa de posicionamentos ideológicos ou da promoção da imagem de lideranças políticas. Essa comunicação pode ocorrer em diversos meios, como televisão, rádio, jornais, internet, redes sociais, comícios e materiais impressos.

Em períodos eleitorais, a propaganda política assume papel ainda mais relevante, pois é utilizada pelas candidatas e candidatos, partidos, coligações e federações para apresentar suas propostas e buscar o voto do eleitorado. No Brasil, a legislação eleitoral estabelece regras específicas para sua realização, com o objetivo de garantir equilíbrio na disputa e evitar abusos. Além disso, a propaganda

política deve respeitar princípios como a veracidade das informações, a igualdade de oportunidades entre os concorrentes e a liberdade de expressão dentro dos limites legais.

4.1. PROPAGANDA PARTIDÁRIA

A propaganda partidária é a modalidade de comunicação utilizada pelos partidos políticos para divulgar suas ideias, programas, valores e atividades à sociedade. Diferentemente da propaganda eleitoral, ela não tem como finalidade pedir votos ou promover candidaturas específicas, mas sim fortalecer a imagem da legenda e ampliar o debate político sobre temas de interesse público.

No Brasil, a propaganda partidária é regulamentada pela legislação eleitoral e pode ser realizada, por exemplo, por meio de inserções gratuitas no rádio e na televisão. Entre seus objetivos estão estimular a participação política, divulgar a atuação do partido, incentivar a filiação partidária e promover a participação das mulheres, dos jovens e de outros grupos na política. A utilização desse espaço para propaganda eleitoral antecipada ou promoção pessoal de candidatos é proibida pela Justiça Eleitoral.

4.2. PROPAGANDA ELEITORAL

A propaganda eleitoral é a forma de comunicação utilizada por candidatos, partidos políticos e federações partidárias para apresentar propostas, ideias e pedidos de voto ao eleitorado durante o período permitido pela legislação eleitoral. Seu objetivo principal é convencer os eleitores a apoiar determinada candidatura nas eleições.

Ela pode ocorrer em diferentes meios, como televisão, rádio, internet, redes sociais, comícios, debates, adesivos, panfletos e carros de som, desde que respeitadas as regras estabelecidas pela Justiça Eleitoral. No Brasil, a propaganda eleitoral

somente pode ser realizada a partir da data prevista em lei, sendo proibida a propaganda antecipada com pedido explícito de voto antes desse período. Além disso, a legislação busca garantir equilíbrio entre os candidatos, combater abusos e assegurar a liberdade de escolha do eleitor.

A utilização de língua estrangeira na propaganda constitui crime eleitoral (art. 335, Código Eleitoral).

4.3. PROPAGANDA EXTEMPORÂNEA

A propaganda eleitoral extemporânea — também chamada de propaganda antecipada — é aquela realizada antes do período permitido pela legislação eleitoral. No Brasil, a propaganda eleitoral somente pode ocorrer a partir da data estabelecida pela Lei das Eleições, e qualquer pedido explícito de voto feito antes desse momento pode configurar irregularidade.

A legislação eleitoral, contudo, admite algumas manifestações anteriores ao período oficial, desde que não haja pedido explícito de voto. Assim, é permitido, por exemplo, mencionar possível candidatura, exaltar qualidades pessoais, participar de entrevistas, debates e divulgar posicionamentos políticos nas redes sociais. A Justiça Eleitoral analisa cada caso concreto para verificar se houve tentativa de influenciar antecipadamente o eleitorado de maneira ilícita. Quando caracterizada a propaganda extemporânea, os responsáveis podem sofrer sanções, como aplicação de multa.

JURISPRUDÊNCIA TRE-BA:

Direito Eleitoral. Recurso. Representação. Propaganda eleitoral antecipada. Pleito de 2028. Sentença de extinção sem resolução do mérito. Perda superveniente do objeto. Premissa fática equivocada. Causa madura. Julgamento do mérito. Improcedência do pedido. Provimento parcial do recurso.

RECURSO ELEITORAL nº 060004276, Acórdão, Des. Maurício Kertzman Szporer, Publicação: DJE - Diário da Justiça Eletrônico, 25.02.26.

Não é propaganda eleitoral antecipada, inclusive via Internet:

- a participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na Internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, observado pelas emissoras de rádio e de televisão o dever de conferir tratamento isonômico;
- a realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, da discussão de políticas públicas, dos planos de governo ou das alianças partidárias visando às eleições, podendo tais atividades ser divulgadas pelos instrumentos de comunicação intrapartidária;
- a realização de prévias partidárias e a respectiva distribuição de material informativo, a divulgação dos nomes dos filiados que participarão da disputa e a realização de debates entre os pré-candidatos;
- a divulgação de atos de parlamentares e de debates legislativos, desde que não se faça pedido de votos;
- a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive em shows, apresentações e performances artísticas, redes sociais, blogs, sítios eletrônicos pessoais e aplicativos;
- a realização, a expensas do partido político, de reuniões de iniciativa da sociedade civil, de veículo ou meio de comunicação ou do próprio partido, em qualquer localidade, para divulgar ideias, objetivos e propostas partidárias;
- campanha de arrecadação prévia de recursos na modalidade prevista no inciso IV do § 4º do art. 23 da Lei nº 9.504/1 997.

Não configuram propaganda eleitoral antecipada, desde que não envolvam pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura e a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos.

JURISPRUDÊNCIA

Recurso. Representação. Eleições 2024. Propaganda eleitoral antecipada. Art. 36-A da Lei das Eleições. Veiculação de mensagem. Instagram. Promoção pessoal. Ausência de pedido explícito de voto ou de expressões similares. Não configuração. Desprovimento.

RECURSO ELEITORAL nº 060026332, Acórdão, Des. Moacyr Pitta Lima Filho, Publicação: DJE - Diário da Justiça Eletrônico, 01.12.24.

5. ESPÉCIES DE PROPAGANDA ELEITORAL

5.1. PROPAGANDA INTRAPARTIDÁRIA

Tem por objetivo a Escolha do nome da pré-candidata e do pré-candidato na convenção de seu partido. Ocorre durante as prévias e na quinzena anterior à convenção partidária.

A pré-candidata ou o pré-candidato não podem fazer propaganda através de rádio, televisão e/ou outdoor. É permitida, entretanto, a colocação de faixas e cartazes nas proximidades do local da convenção com mensagem aos convencionais.

5.2. COMÍCIOS, CAMINHADAS, CARREATAS e PASSEATAS

Os partidos políticos, coligações e candidatos têm assegurado o direito de realizar qualquer ato de propaganda eleitoral, em recinto aberto ou fechado, independentemente de licença de autoridade pública ou do pagamento de qualquer

contribuição, contanto que comunique à autoridade policial, com antecedência de no mínimo 24 horas, com a finalidade exclusiva de:

- garantir, segundo a prioridade do aviso, o direito contra quem pretenda usar o local no mesmo dia e horário;
- permitir a adoção das providências necessárias à garantia da realização do ato e ao funcionamento do tráfego e dos serviços públicos que o evento possa afetar.

Além disso, o evento não poderá ser realizado em distância inferior a 200 metros:

- das sedes dos Poderes Executivo e Legislativo da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, das sedes dos órgãos judiciais, dos quartéis e de outros estabelecimentos militares;
- dos hospitais e casas de saúde;
- das escolas, bibliotecas públicas, igrejas e teatros, quando em funcionamento.

As caminhadas, carreatas, passeatas referentes ao primeiro turno podem ocorrer entre os dias 16.08.26 e 03.10.26, sempre entre as 8 e as 22 horas. Já a realização de comícios e a utilização de aparelhagens de sonorização fixas são permitidas entre os dias 16.08.26 a 01.10.26, no horário compreendido entre as 8 e as 24 horas, com exceção do comício de encerramento da campanha, que poderá ser prorrogado por mais duas horas.

JURISPRUDÊNCIA DO TRE-BA:

Recursos eleitorais. AIJE/AIME. Continência. Conduta vedada. Abuso de poder político e econômico. Improcedência. Preliminar de nulidade da sentença afastada. Mérito. Abuso de poder político/econômico via contratação de servidores temporários em período vedado, realização de Showmício, uso de carro de som tipo “paredão”, distribuição de pescado na Semana Santa sem autorização legislativa, promoção pessoal ostensiva em programas sociais. Não configuração.

Ausência de acervo probatório. Uso regular do carro de som em carreata. Programas sociais executados mediante previsão legal e orçamentária. Demissão de servidores temporários em período proscrito. Conduta vedada configurada. Aplicação de multa nos termos do §4º do art. 73 da Lei nº 9.504/97. Desprovisionamento do recurso interposto na AIJE. Provisionamento parcial do recurso interposto na AIJE.

RECURSO ELEITORAL nº 060069494, Acórdão, Des. Pedro Rogério Castro Godinho, Publicação: DJE - Diário da Justiça Eletrônico, 27.02.26.

5.3. DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAL GRÁFICO

Até as 22h (vinte e duas horas) do dia que antecede o da eleição, será permitida a distribuição de material gráfico.

Os folhetos, volantes e outros impressos devem ser editados sob a responsabilidade do partido político, da federação, da coligação, da candidata ou do candidato, sendo-lhes facultada, inclusive, a impressão em Braille dos mesmos conteúdos e a inclusão de texto alternativo para audiodescrição de imagens.

Não é permitida a distribuição de material de propaganda política, inclusive os chamados “santinhos”, no dia da eleição, porém é importante pontuar que os eleitores têm o direito de levar consigo o santinho do candidato, para consulta no momento do voto.

JURISPRUDÊNCIA DO TER-BA:

Recurso eleitoral. Representação. Procedência. Propaganda Eleitoral Irregular. Derrame de santinhos nos arredores de locais de votação. Véspera do pleito eleitoral. Artigo 37, § 1º, da Lei n. 9.504/97 c/c art. 19, § 7º, da Res. TSE n. 23.610/19. Configuração. Aplicação de multa. [...] 1. A detida aferição dos autos revela a materialidade dos fatos tecidos na Inicial - através das provas acostadas sob IDs 35349232 a 35349432 (5 fotos) e IDs 35349082 a 35349182 (03 fotos) evidenciando-se a prática de propaganda irregular de derrame de material publicitário (“santinhos”), incluídos os dos recorrentes, na madrugada do dia do pleito, em 02 (dois) locais

de votação da cidade de Tucano/BA. 2. Em que pese o argumento dos recorrentes de que apenas com base em fotografias de “santinhos” do então representado no chão, não resta provada sua autoria, tal não merece prosperar, eis que, para configurar sua responsabilidade, é bastante e suficiente que as circunstâncias do caso demonstrem a impossibilidade de o beneficiário não ter tido conhecimento dela - o que sói ocorrer na espécie. 3. Frágil, por conseguinte, a tentativa dos recorrentes de demonstrar, à míngua de provas bastantes, o seu desconhecimento quanto ao derrame de santinhos na véspera da eleição. O material objeto da demanda foi confeccionado pelos mesmos, que devem assumir, diante das circunstâncias apresentadas, inteira e absoluta responsabilidade decorrente do seu uso irregular, inclusive se patrocinado por seus apoiadores (art. 40-B, parágrafo único, da Lei n.9.504/97). [...].

RECURSO ELEITORAL nº06002967920206050080, Acórdão, Des. HENRIQUE GONÇALVES TRINDADE, Publicação: DJE - Diário da Justiça Eletrônico, 07/06/2021.

5.4. INSCRIÇÕES NA FACHADA E DEPENDÊNCIAS DAS SEDES DOS PARTIDOS POLÍTICOS

É livre a veiculação de propaganda eleitoral na fachada e dependências das sedes dos partidos políticos e coligações, independente de licença de autoridade pública ou do pagamento de qualquer contribuição.

Os candidatos, os partidos políticos e as coligações poderão fazer inscrever na sede do comitê central de campanha a sua designação, bem como o nome e o número do candidato em dimensões que não excedam a 4m² (quatro metros quadrados).

Nos demais comitês de campanha, que não o central, a divulgação dos dados da candidatura deverá observar o limite de meio metro quadrado.

5.5. NA IMPRENSA ESCRITA

São permitidas, até a antevéspera das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 10 anúncios de

propaganda eleitoral, por veículo de comunicação social, em datas diversas, para cada candidato, no espaço máximo de 1/8 (um oitavo) de página de um jornal e 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide, para cada edição.

5.6. ALTO-FALANTES E AMPLIFICADORES DE SOM

Os partidos políticos e as coligações não dependem de licença da autoridade pública ou do pagamento de qualquer contribuição para a instalação e funcionamento de alto-falantes ou amplificadores de som na fachada e dependências de suas sedes, bem como em veículos seus ou à sua disposição, das 8 às 22 horas, no período compreendido entre o início da propaganda eleitoral (16.8.2026) e a véspera da eleição (03.10.2026).

Além disso, a instalação e o uso desses aparelhos não poderão ocorrer em distância inferior a 200 metros:

- das sedes dos Poderes Executivo e Legislativo da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, das sedes dos órgãos judiciais e dos quartéis e outros estabelecimentos militares;
- dos hospitais e casas de saúde;
- das escolas, bibliotecas públicas, igrejas e teatros, quando em funcionamento.

O uso de alto-falantes e amplificadores de som no dia da eleição é crime.

5.7. EM BENS PÚBLICOS E PARTICULARES

Não é permitida a veiculação de material de propaganda eleitoral em bens públicos ou particulares, exceto de:

- bandeiras ao longo de vias públicas, desde que móveis e que não dificultem

o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos;

→ adesivo plástico em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, desde que não exceda a 0,5m² (meio metro quadrado).

A justaposição de propaganda cuja dimensão exceda a 0,5m² (meio metro quadrado) caracteriza publicidade irregular, em razão do efeito visual único.

A veiculação de propaganda eleitoral em bens particulares deve ser espontânea e gratuita, sendo vedado qualquer tipo de pagamento em troca de espaço para esta finalidade.

É proibido colar propaganda eleitoral em veículos, exceto adesivos microperfurados até a extensão total do para-brisa traseiro e, em outras posições, adesivos que não excedam a 0,5m² (meio metro quadrado).

JURISPRUDÊNCIA DO TRE-BA:

Recurso Eleitoral. Representação. Propaganda eleitoral irregular. Adesivo em automóvel. Violação aos arts. 37, §2º, II; 38, §§3º e 4º e 39, §8º da Lei 9.504/97 c/c arts. 19 e 20 da Res. TSE n. 23.610/19. Procedência. Cor e número da Campanha. Adesivos aplicados de forma a dar continuidade à peça. Unicidade do conjunto. Dimensões Extrapoladas. Configuração. Impossibilidade de desconhecimento. Desprovimento. 1. Adesivos em quase toda extensão de veículo de transporte de passageiros, com concessão/autorização do Poder Público municipal, logra evidenciar a configuração de efeito outdoor e a consequente violação dos limites estabelecidos nos arts. 37, §2º, II; 38, §§3º e 4º e 39, §8º da Lei 9.504/97. 2. Impossibilidade de desconhecimento não somente pelas dimensões do município, como pela falta de contestação em primeira manifestação nos autos. 3. Recurso a que se nega provimento.

RECURSO ELEITORAL nº06004901620206050101, Acórdão, Des. MÁRIO ALBERTO SIMÕES HIRS, Publicação: DJE - Diário da Justiça Eletrônico, 16/09/2021.

5.8. EM FOLHETOS, VOLANTES E OUTROS IMPRESSOS

A veiculação de propaganda eleitoral pela distribuição de folhetos, volantes e outros impressos devem ser editados sob a responsabilidade do partido político, da coligação ou do candidato e independe da obtenção de licença municipal e de autorização da Justiça Eleitoral, sendo-lhes facultada, inclusive, a impressão em braille dos mesmos conteúdos.

Todo material impresso de campanha eleitoral deverá conter o número de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) ou o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) do responsável pela confecção, bem como de quem o contratou, e a respectiva tiragem, respondendo o infrator pelo emprego de processo de propaganda vedada e, se for o caso, pelo abuso de poder.

Constitui crime, no dia da eleição, a distribuição de material de propaganda política, inclusive volantes e outros impressos ("boca de urna"), sendo permitida apenas a entrega ou a distribuição de material de propaganda eleitoral no interior das sedes dos partidos políticos e comitês eleitorais, a quem o solicite.

5.9. NA IMPRENSA ESCRITA

São permitidas, até a antevéspera das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até 10 anúncios de propaganda eleitoral, por veículo de comunicação social, em datas diversas, para cada candidato, no espaço máximo de 1/8 (um oitavo) de página de um jornal e 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide, para cada edição.

O descumprimento das restrições sujeita os responsáveis pelos veículos de divulgação e os partidos políticos, coligações ou candidatos beneficiados à multa

no valor de R\$ 1.0000,00 (mil reais) a R\$ 10.000,00 (dez mil reais) ou equivalente ao da divulgação da propaganda paga, se este for maior.

5.10. NO RÁDIO E TELEVISÃO

Todos os partidos e coligações que possuam candidatos têm assegurado o direito de veicular propaganda eleitoral em rádio e televisão, sendo vedada a veiculação de propaganda paga.

O período de veiculação de propaganda eleitoral em rádio e televisão vai de 28.08.26 a 01.10.26 para o primeiro turno, e 09.10.26 a 23.10.26, em caso de segundo turno.

5.10.1. PROGRAMAS EM BLOCO (OU EM REDE)

Programa em bloco é aquele veiculado ininterruptamente, nos seguintes horários:

- a) entre as 5h (cinco horas) e às 11h (onze horas);
- b) entre as 11h (onze horas) e às 18h (dezoito horas);
- c) entre as 18h (dezoito horas) e às 24h (vinte e quatro horas).

5.10.2. INSERÇÕES

A inserção é uma modalidade de propaganda eleitoral gratuita veiculada nos intervalos da programação normal das emissoras de rádio e televisão.

As inserções serão calculadas à base de 30 (trinta) segundos e, a critério dos

partidos e coligações, poderão ser agrupadas em módulos de 60 (sessenta) segundos dentro de um mesmo bloco. Em qualquer caso é obrigatória a identificação do partido ou coligação.

JURISPRUDÊNCIA DO TRE-BA:

Eleições 2022. Recurso Eleitoral. Representação. Procedência. Propaganda eleitoral gratuita. Inserção. Horário destinado à chapa proporcional. Utilização de imagem dos candidatos majoritários. Mesmo plano dos candidatos ao cargo proporcional. Protagonismo afetado. Impulsionamento da candidatura majoritária. Invasão. Violação ao art. 53-A da Lei nº 9504/97 c/c os artigos art. 21, §1º e 73, caput, da Resolução TSE nº 23.608/2019. Perda de tempo equivalente. Art. 21, do citadodiploma normativo. Desequilíbrio do pleito. Desprovimento. Nega-se provimento ao recurso, uma vez que demonstrado o uso de propaganda proporcional em prol da majoritária, com utilização reiterada do tempo da propaganda gratuita, mediante a veiculação de imagens dos candidatos majoritários, no mesmo plano do personagem titular da propaganda proporcional, ocupando considerável espaço da tela, alavancando a sua candidatura em desfavor do protagonismo do candidato ao cargo proporcional e causando desequilíbrio da disputa eleitoral, em violação à legislação de regência.

RECURSO ELEITORAL nº 06024686920226050000, Acórdão, Publicação: PSESS - Publicado em Sessão, 12/09/2022.

5.10.3. PLANO DE MÍDIA

Plano de mídia é o termo utilizado para designar a distribuição das inserções ao longo dos dias reservados ao horário eleitoral gratuito.

A Justiça Eleitoral convocará, a partir de 15 de agosto do ano da eleição, os partidos políticos, as federações e a representação das emissoras de rádio e de televisão para elaborar, até 5 (cinco) dias antes da data de início da propaganda, o plano de mídia para o uso da parcela do horário eleitoral gratuito a que tenham direito.

Dentre os objetivos da elaboração do plano de mídia estão a garantia de que todos

terão participação nos horários de maior e menor audiência para veiculação de suas inserções; a sistemática da entrega das gravações (horário de entrega das fitas nos programas em bloco e nas inserções; identificação das fitas) e adequação do horário da propaganda eleitoral à veiculação de programas de grande interesse popular que, por sua natureza, são transmitidos “ao vivo” e não comportam interrupção, como, por exemplo, jogos do campeonato brasileiro de futebol.

A propaganda eleitoral gratuita será veiculada nas emissoras de rádio, inclusive as comunitárias, as emissoras de televisão que operam em VHF e UHF e os canais de televisão por assinatura sob a responsabilidade do Senado Federal, da Câmara dos Deputados, das Assembleias Legislativas e da Câmara Legislativa do Distrito Federal. Aos demais canais de televisão por assinatura fica facultada a retransmissão integral do horário eleitoral gratuito.

5.10.4. HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO: RESTRIÇÕES LEGAIS

- É proibida a realização de propaganda eleitoral desde 48 horas antes até 24 horas depois do dia da eleição;
- É expressamente proibida a veiculação de propaganda eleitoral paga em rádio e televisão, inclusive em canais de televisão por assinatura;
- Emissoras não autorizadas a funcionar pelo poder competente ficam sujeitas a punição caso veiculem propaganda eleitoral;
- No horário reservado para a propaganda eleitoral, não se permitirá utilização comercial, ou seja, propaganda realizada com a intenção, ainda que disfarçada ou subliminar, de promover marca ou produto;
- É vedado aos partidos políticos e coligações incluir, no horário destinado aos candidatos proporcionais, propaganda das candidaturas majoritárias, ou vice-versa, ressalvada a utilização, durante a exibição do programa, de legendas com referência a candidatos majoritários, ou, ao fundo, cartazes ou fotografias desses

candidatos;

- Não poderá participar dos programas de determinado partido ou coligação, cidadão filiado a outra agremiação partidária ou a partido político integrante de outra coligação;
- No segundo turno das eleições, não será permitida a participação de filiados a partidos políticos que tenham formalizado o apoio a outros candidatos.
- É vedada a participação de qualquer pessoa mediante remuneração no horário eleitoral gratuito;
- É proibida a transmissão, ainda que sob a forma de entrevista jornalística, de imagens de realização de pesquisa ou qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral em que seja possível identificar o entrevistado ou em que haja manipulação de dados;
- É vedada a utilização de trucagem, montagem ou outro recurso de áudio ou vídeo que, de qualquer forma, degradem ou ridicularizem candidato, partido político ou coligação, ou a produção ou veiculação de programa com esse efeito;
- Nas inserções, é vedada a utilização de gravações externas, montagens ou trucagens, computação gráfica, desenhos animados e efeitos especiais, e a veiculação de mensagens que possam degradar ou ridicularizar candidato, partido político ou coligação.
- É vedada, no horário eleitoral gratuito, a veiculação de propaganda que se utilize de criação intelectual sem autorização do respectivo autor ou titular.

A requerimento do Ministério Público, de partido político, de coligação ou de candidato, a Justiça Eleitoral poderá determinar a suspensão, por 24 horas, da programação normal de emissora que deixar de cumprir as disposições legais relativas à propaganda eleitoral. No período de suspensão, a emissora transmitirá a cada 15 minutos a informação de que se encontra fora do ar por ter desobedecido à lei eleitoral e em cada reiteração de conduta, o período de suspensão será duplicado.

5.10.5. VEICULAÇÃO DA PROPAGANDA NO RÁDIO E TV

Os partidos ou coligações deverão apresentar, até as 14h da véspera da veiculação do programa, mapas de mídia às emissoras, observados os seguintes requisitos:

- nome do partido ou da coligação;
- título ou número do filme a ser veiculado;
- duração do filme;
- dias e faixas de veiculação;
- nome e assinatura de pessoa credenciada pelos partidos políticos e pelas coligações para a entrega das fitas com os programas a serem veiculados.

Para as transmissões previstas para sábados, domingos e segundas-feiras, os mapas deverão ser apresentados até as 14h da sexta-feira imediatamente anterior. No caso de propaganda eleitoral a ser veiculada no programa de rádio que vai ao ar às 7 horas deve ser entregue até as 22 horas do dia anterior.

Caso o material e/ou o mapa de mídia não sejam entregues no prazo ou pelas pessoas credenciadas, as emissoras veicularão o último material por elas exibido, independentemente de consulta prévia ao partido ou à coligação.

Por fim, as emissoras ficam eximidas de responsabilidade decorrente de transmissão de programa em desacordo com os mapas de mídia apresentados, na hipótese de não cumprimento dos prazos acima.

A propaganda eleitoral gratuita na televisão deverá utilizar a Linguagem Brasileira de Sinais (Libras) ou os recursos de legenda, que deverão constar obrigatoriamente do material entregue às emissoras.

JURISPRUDÊNCIA DO TRE-BA:

Recurso. Representação. Propaganda eleitoral. Procedência. Propaganda eleitoral gratuita.

Televisão. Invasão do horário destinado aos candidatos do pleito proporcional por candidatos

majoritários. Não configuração. Violação ao art.73 da Resolução nº 23.610/2019. Inocorrência. Inexistência de destaque dos candidatos ao pleito majoritário. Protagonismo dos candidatos ao pleito proporcional. Provimento do recurso. Preliminar de ilegitimidade ativa. Considerando-se que objeto do feito consiste em demanda relativa ao pleito proporcional, incide a regra prevista no art. 4º, § 5º, da Resolução TSE nº 23.609/19, segundo a qual o disposto no § 4º deste artigo não exclui a legitimidade do partido político ou da federação para, isoladamente, impugnar candidaturas, propor ações e requerer medidas administrativas relativas à eleição proporcional. Preliminar rejeitada.

RECURSO ELEITORAL nº06025344920226050000, Acórdão, Publicação: PSESS - Publicado em Sessão, 20/09/2022.

5.10.6. Programação Normal e Noticiário no Rádio e TV no período eleitoral

A partir do dia 6 de agosto do ano da eleição, é vedado às emissoras de rádio e televisão, em sua programação normal e noticiário:

- transmitir, ainda que sob a forma de entrevista jornalística, imagens de realização de pesquisa ou qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral em que seja possível identificar o entrevistado ou em que haja manipulação de dados;
- veicular propaganda política;
- dar tratamento privilegiado a candidato, partido político ou coligação;
- veicular ou divulgar filmes, novelas, minisséries ou qualquer outro programa com alusão ou crítica a candidato ou partido político, mesmo que dissimuladamente, exceto programas jornalísticos ou debates políticos;
- divulgar nome de programa que se refira a candidato escolhido em convenção, ainda quando preexistente, inclusive se coincidente com o nome do candidato ou o nome por ele indicado para uso na urna eletrônica, e, sendo o nome do programa o mesmo que o do candidato, fica proibida a sua divulgação sob pena de cancelamento do respectivo registro;

A inobservância dessas vedações sujeita a emissora ao pagamento de multa no valor de R\$ 21.282,00 (vinte e um mil, duzentos e oitenta e dois reais) a R\$ 106.410,00 (cento e seis mil, quatrocentos e dez reais), duplicada em caso de reincidência.

5.10.7. Debates na TV e Rádio

É facultada a transmissão, por emissora de rádio ou televisão, de debates sobre as eleições majoritária ou proporcional, segundo as regras estabelecidas em acordo celebrado entre os partidos políticos e a pessoa jurídica interessada na realização do evento, dando-se ciência à Justiça Eleitoral.

Inexistindo acordo, o debate, inclusive os realizados na internet ou em qualquer outro meio eletrônico de comunicação, seguirá as regras estabelecidas no art. 45 da Resolução TSE nº 23.610/2019.

É admitido o debate sem a presença de candidata ou candidato de algum partido político federação ou coligação, desde que o veículo de comunicação responsável comprove tê-lo convidado com a antecedência mínima de 72 horas da realização do debate.

O horário reservado à realização de debate poderá ser destinado à entrevista de candidato, caso apenas este tenha comparecido ao evento e tenham sido obedecidas as regras fixadas na legislação eleitoral.

Cabe ressaltar, que os pré-candidatos(as) e candidatos(as) poderão participar de entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet antes do dia 6 de agosto, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, desde que não haja pedido de votos, observado pelas emissoras de rádio e televisão o dever de conferir tratamento isonômico aos que se encontrarem em situação semelhante.

Por fim, o descumprimento das normas atinentes à realização dos debates sujeita

a empresa infratora à suspensão, por 24 horas, da sua programação, com a transmissão, a cada 15 minutos, da informação de que se encontra fora do ar por desobediência à legislação eleitoral. Em cada reiteração de conduta, o período de suspensão será duplicado.

É vedada a presença de um mesmo candidato a eleição proporcional em mais de um debate da mesma emissora.

5.11. NA INTERNET

A propaganda eleitoral na internet terá início em 16.8.2026 e poderá ser realizada nas seguintes formas:

- Site da candidata ou do candidato;
- Site do partido político, da federação ou da coligação;
- Mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pela candidata ou pelo candidato, pelo partido político, pela federação ou pela coligação;
- Blogues, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas, cujo conteúdo seja gerado ou editado por candidatas, candidatos, partidos políticos, federações ou coligações (desde que não contratem disparos em massa de conteúdo) ou de iniciativa de qualquer pessoa natural, vedada a contratação de impulsionamento e de disparo em massa de conteúdo.

JURISPRUDÊNCIA DO TRE-BA:

Recurso eleitoral. Representação. Procedência. Propaganda eleitoral irregular. Redes sociais. Configuração. Preliminar de ausência de interesse de agir em razão da perda do objeto. Rejeitada. Abuso da liberdade de expressão. Aplicação de multa no patamar mínimo. Art. 57-D, § 2º, da Lei 9.504/97. Jurisprudência do TSE. Precedentes desse Regional. Desprovemento.

RECURSO ELEITORAL nº 0600053-14.2024.6.05.0075, Acórdão, Des. RICARDO BORGES MARACAJÁ PEREIRA, Publicação: DJE - Diário da Justiça Eletrônico, 15/10/2025.

5.11.1. O que não é permitido na internet!

- Veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga, excetuando o impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratada exclusivamente por partidos políticos, federações, coligações, candidatas, candidatos e seus representantes;
- Veiculação de propaganda eleitoral em sítios de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos, e em sítios oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da Administração Pública direta ou indireta da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios;
- O anonimato durante a campanha eleitoral, assegurado o direito de resposta, e por outros meios de comunicação interpessoal mediante mensagem eletrônica;
- Utilização, doação ou cessão de cadastro eletrônico dos clientes de:
 - órgão ou governo estrangeiro;
 - órgão da administração pública direta e indireta ou fundacional;
 - concessionário ou permissionário de serviço público;
 - entidade de direito privado que receba, na condição de beneficiária, contribuição compulsória em virtude de disposição legal;
 - entidade de utilidade pública;
 - entidade de classe ou sindical;
 - pessoa jurídica sem fins lucrativos que receba recursos do exterior;
 - entidades beneficentes e religiosas;
 - entidades esportivas;
 - organizações não-governamentais que recebam recursos públicos;
 - organizações da sociedade civil de interesse público.

Todo impulsionamento de conteúdo na internet deverá conter, de forma clara e legível, o número de inscrição no CNPJ ou o número de inscrição no CPF do responsável, além da expressão “Propaganda Eleitoral”.

Aplicam-se ao provedor de conteúdo e de serviços multimídia que hospeda a divulgação da propaganda eleitoral de candidato, de partido político ou de coligação as penalidades previstas na Lei das eleições (Lei nº 9.504/97), se, no prazo determinado pela Justiça Eleitoral, contado a partir da notificação de decisão sobre a existência de propaganda irregular, não tomar providências para a cessação dessa divulgação.

Cabe ressaltar, que o provedor de conteúdo ou de serviços multimídia só será considerado responsável pela divulgação da propaganda se a publicação do material for comprovadamente de seu prévio conhecimento, o qual poderá ser demonstrado por meio de cópia da notificação, diretamente encaminhada e entregue pelo interessado ao provedor de internet, na qual deverá constar de forma clara e detalhada a propaganda por ele considerada irregular.

6. PODER DE POLÍCIA

O poder de polícia nas eleições se restringe às providências necessárias para inibir práticas ilegais, vedada a censura prévia sobre o teor dos programas e das matérias jornalísticas a serem exibidos na televisão, na rádio, na internet e na imprensa escrita (Lei nº 9.504/1997, art. 41, § 2º).

Será exercido por juízas ou juízes designadas(os) pelos Tribunais Regionais Eleitorais, nos termos do art. 41, § 1º, da Lei nº 9.504/1997, a fim de que sejam coibidas práticas ilegais, na forma do art. 6º, 7º e 8º da Resolução TSE nº 23.610/2019.

O juízo eleitoral somente poderá determinar a imediata retirada de conteúdo na internet que, em sua forma ou meio de veiculação, esteja em desacordo com o disposto nesta Resolução. Caso a irregularidade constatada na internet se refira ao teor da propaganda, não será admitido o exercício do poder de polícia, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.965/2014.

JURISPRUDÊNCIA DO TRE-BA:

Recurso. Representação. Propaganda eleitoral em imóvel particular. Irregularidade configurada. Violação ao art. 37, § 2º, da Lei nº 9.504/97. Exercício do poder de polícia. Impossibilidade de aplicação de multa. Falta de previsão legal. Multa por desobediência. Equívoco. Descabimento. Provimento parcial do recurso.

RECURSO ELEITORAL nº 0600453-45.2024.6.05.0134, Acórdão, Des. MOACYR PITTA LIMA FILHO, Publicação: DJE - Diário da Justiça Eletrônico, 15/10/2025.

6.1. NÃO PODE SER VEICULADO NA PROPAGANDA ELEITORAL CONTEÚDO QUE:

- Veicule preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação (Constituição Federal, art. 3º, IV)
- Contenha propaganda de guerra, de processos violentos para subverter o regime, a ordem política e social;
- Empregue meios publicitários destinados a criar, artificialmente, na opinião pública, estados mentais, emocionais ou passionais;
- Provocação de animosidade entre as Forças Armadas ou contra elas, ou delas contra as classes e instituições civis;
- Contenha incitamento de atentado contra pessoa ou bens, ou instigação à desobediência coletiva ao cumprimento de lei de ordem pública;
- Implice oferecimento, promessa ou solicitação de dinheiro, dádiva, rifa, sorteio ou vantagem de qualquer natureza;
- Perturbe o sossego público, com algazarra ou abuso de instrumentos sonoros ou sinais acústicos;
- Por meio de impressos ou objetos que pessoa inexperiente ou rústica possa confundir com moeda;
- Prejudique à higiene e a estética urbana ou contravenha a posturas

- municipais;
- seja utilizado para caluniar, difamar ou injuriar qualquer pessoa, bem como atingir órgãos ou entidades que exerçam autoridade pública;
 - Deprecie a condição de mulher ou estimule sua discriminação em razão do sexo feminino, ou em relação à sua cor, raça ou etnia;
 - Desrespeite aos símbolos nacionais.

JURISPRUDÊNCIA DO TRE-BA:

Recurso. Representação. Propaganda eleitoral antecipada negativa. Procedência. “Podcast” veiculado na rede social “Instagram”. Inocorrência de difamação, calúnia ou injúria. Meras críticas. Questionamento acerca da conduta de exprefeito. Possibilidade dentro do Estado Democrático de Direito. Inexistência de pedido de não voto ou divulgação de fatos sabidamente inverídicos. Propaganda eleitoral antecipada negativa não configurada. Provimento.

RECURSO ELEITORAL nº 06000040520246050129, Acórdão, Des. ARAI MACIEL DUARTE, Publicação: DJE - Diário da Justiça Eletrônico, 22/05/2024.

7. DIA DA ELEIÇÃO:

PODE	NÃO PODE
Bandeiras	Alto-falantes e amplificadores
Broches	Comício ou carreata
Dísticos	Boca-de-urna
Adesivos	Novos impulsionamentos de conteúdos nas aplicações de internet
Camisetas	Aglomeração de pessoas portando vestuário padronizado
	Abordagem ou aliciamento a eleitores
	Distribuição de camisetas

JURISPRUDÊNCIA DO TRE-BA:

Eleições 2024. Recurso Eleitoral. Ação de Impugnação de Mandato Eletivo (AIME). Abuso de poder econômico e captação ilícita de sufrágio. Improcedência. Preliminar de nulidade da sentença afastada. Mérito. Alegações de doação de cestas básicas, de prática de boca de urna, bem como de distribuição de camisas padronizadas. Veículos plotados estacionados nas proximidades de local de votação. Fragilidade do acervo probatório. Alegação de irregularidades nas despesas de campanha e contratação de empresa de familiar. Prestação de contas aprovada. Ausência de vedação legal quanto à contratação de empresa em que familiar figure como sócio. Despesas devidamente registradas no balanço. Ausência de prova de Caixa 2. Necessidade de prova segura e inconteste para a cassação de mandato eletivo. Precedentes. Manutenção da sentença. Desprovimento.

RECURSO ELEITORAL nº 06000022720246050185, Acórdão, Des. ARAI MACIEL DUARTE, Publicação: DJE - Diário da Justiça Eletrônico, 20/03/2026.

Na proibição de divulgação de propaganda pelos partidos políticos e candidatos no dia da eleição, não está incluída a manutenção da propaganda que tenha sido divulgada na internet antes do dia da eleição.

ENCARTE ESPECIAL: INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E DEEPFAKES NAS ELEIÇÕES

A utilização da inteligência artificial nas eleições tem se tornado um dos temas mais relevantes do debate público contemporâneo. Ferramentas capazes de criar textos, imagens, áudios e vídeos de forma automatizada passaram a integrar estratégias de comunicação política, ampliando o alcance das campanhas e a velocidade de circulação de informações. Embora essas tecnologias possam contribuir para aproximar candidatos do eleitorado e facilitar a divulgação de propostas, também trazem desafios importantes relacionados à segurança da informação e à integridade do processo eleitoral.

Entre as principais preocupações está o uso de “deepfakes”, conteúdos manipulados por inteligência artificial que simulam com grande realismo a voz, a imagem ou os gestos de uma pessoa. Com essa tecnologia, é possível criar vídeos falsos de candidatos fazendo declarações que nunca ocorreram ou áudios adulterados capazes de induzir o eleitor ao erro. Em razão do alto grau de realismo dessas produções, muitas vezes torna-se difícil distinguir o conteúdo verdadeiro do manipulado, aumentando o risco de desinformação.

A rápida disseminação de deepfakes nas redes sociais pode comprometer o debate democrático e influenciar indevidamente a formação da vontade do eleitor. Informações falsas divulgadas em larga escala podem prejudicar candidaturas, gerar desconfiança nas instituições e estimular a propagação de notícias fraudulentas. Além disso, a velocidade das plataformas digitais faz com que conteúdos enganosos alcancem milhares de pessoas em poucos minutos, dificultando a correção dos danos causados.

Diante desse cenário, a Justiça Eleitoral brasileira tem buscado regulamentar o uso da inteligência artificial nas campanhas eleitorais. As normas eleitorais passaram a exigir maior transparência na divulgação de conteúdos produzidos artificialmente, especialmente quando houver manipulação de imagem ou voz. Em determinadas

situações, a utilização de deepfakes com potencial de enganar o eleitor pode configurar propaganda irregular, abuso de poder ou até mesmo ilícitos eleitorais mais graves.

As plataformas digitais também possuem papel importante no combate à desinformação eleitoral. Redes sociais e serviços de compartilhamento de vídeos vêm adotando mecanismos de identificação de conteúdos manipulados, remoção de publicações falsas e limitação do alcance de materiais enganosos. Apesar disso, o enfrentamento do problema depende não apenas da atuação das empresas e das autoridades públicas, mas também da conscientização dos próprios usuários sobre a necessidade de verificar a autenticidade das informações recebidas.

Nesse contexto, a educação digital e o consumo responsável de informações tornam-se fundamentais para a preservação da democracia. O eleitor deve buscar fontes confiáveis, desconfiar de conteúdos sensacionalistas e verificar a veracidade de vídeos, imagens e mensagens antes de compartilhá-los. O uso ético da inteligência artificial pode trazer benefícios para a comunicação política, mas seu emprego indevido exige atenção constante da sociedade, das instituições e dos agentes políticos para garantir eleições livres, transparentes e legítimas.

A Corte Eleitoral baiana analisou, no julgamento do Recurso Eleitoral nº 0600085-79.2026.6.05.0000, caso envolvendo a divulgação, em rede social, de vídeo produzido com o uso de inteligência artificial (deepfake) para associar falsamente um pré-candidato a uma situação depreciativa. Na origem, a representação foi julgada procedente, com a condenação de uma emissora de rádio e de seu administrador pela prática de propaganda eleitoral antecipada negativa e pela divulgação de conteúdo sintético destinado a prejudicar a imagem do pré-candidato. Inconformados, os representados recorreram alegando, entre outros pontos, a proteção da conduta pela liberdade de expressão e a desproporcionalidade das multas aplicadas.

Ao negar provimento aos recursos, o Tribunal Regional Eleitoral da Bahia (TRE-BA) destacou que a liberdade de expressão e de imprensa não possui caráter

absoluto, encontrando limites na legislação eleitoral quando utilizada para comprometer a igualdade de oportunidades entre os atores políticos e a lisura do pleito. O Colegiado entendeu que a utilização de inteligência artificial para fabricar conteúdo audiovisual com potencial de induzir o eleitor a erro configura ilícito eleitoral, especialmente quando empregada para depreciar a imagem de adversário político. A decisão também reconheceu a possibilidade de aplicação cumulativa das sanções previstas para propaganda eleitoral antecipada e para divulgação de conteúdo manipulado por tecnologia digital, considerando a gravidade da conduta, o expressivo alcance da publicação e a reiteração da veiculação do material.

O TSE analisou e julgou um caso (AGRAVO REGIMENTAL NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL ELEITORAL Nº 0600580- 45.2024.6.26.0183 – RIBEIRÃO PIRES – SÃO PAULO) que envolveu a divulgação, por meio do WhatsApp, de um áudio supostamente criado com uso de inteligência artificial e tecnologia de deepfake, capaz de imitar a voz de um candidato para atribuir a ele uma falsa confissão de fraude eleitoral. A ação questionava se a disseminação desse conteúdo configuraria uso indevido dos meios de comunicação social e abuso capaz de comprometer a legitimidade das eleições. Os autores sustentaram que o material tinha elevado potencial de manipulação da opinião pública, justamente por utilizar recursos tecnológicos capazes de tornar a falsificação mais convincente e difícil de ser identificada pelos eleitores.

Apesar de reconhecer a gravidade qualitativa do uso de deepfake em contexto eleitoral, o Tribunal manteve a improcedência da ação por ausência de provas concretas sobre o alcance e o impacto efetivo da mensagem no eleitorado. A decisão destacou que, para caracterizar o ilícito eleitoral, não basta a existência de conteúdo falso produzido por inteligência artificial: é necessário demonstrar, de forma objetiva, a repercussão da conduta na disputa eleitoral, como o número de pessoas atingidas e a influência real sobre a normalidade do pleito. Assim, prevaleceu o entendimento de que a gravidade do deepfake, por si só, não autoriza a aplicação das severas sanções eleitorais sem comprovação efetiva de sua dimensão e impacto.

A evolução das tecnologias digitais e os desafios decorrentes do uso da inteligência artificial no processo eleitoral evidenciam a importância da atuação conjunta da Justiça Eleitoral, das plataformas digitais e da sociedade na prevenção da desinformação. Para facilitar a compreensão dos principais conceitos envolvidos nesse cenário, a tabela a seguir apresenta um panorama resumido dos temas mais relevantes relacionados à inteligência artificial, aos deepfakes e aos seus impactos nas Eleições 2026.

Tema	O que é?	Riscos eleitorais	Como prevenir?
IA	Tecnologia capaz de gerar textos, imagens, áudios e vídeos de forma automatizada.	Produção massiva de conteúdo enganoso ou desinformativo.	Transparência na utilização e observância das normas eleitorais.
Deepfake	Conteúdo manipulado artificialmente para imitar voz, imagem ou comportamento de uma pessoa.	Induzir o eleitor a acreditar em fatos ou declarações falsas.	Identificação do conteúdo manipulado e verificação de autenticidade.
Desinformação	Divulgação de informações falsas ou enganosas.	Influenciar indevidamente a vontade do eleitor e comprometer o debate democrático.	Checagem de fatos e consulta a fontes confiáveis.
Redes sociais	Principais meios de circulação de conteúdos digitais.	Principais meios de circulação de conteúdos digitais.	Monitoramento das plataformas e denúncia de conteúdos irregulares.
Eleitor	Destinatário das informações divulgadas durante a campanha.	Ser induzido a erro por conteúdos falsificados.	Desenvolver pensamento crítico e verificar informações antes de compartilhar.

Por fim, diante dos avanços tecnológicos e dos desafios trazidos pela inteligência artificial, torna-se essencial fortalecer mecanismos de proteção à integridade das eleições e à livre formação da vontade do eleitor. Nesse cenário, a Justiça Eleitoral seguirá acompanhando de perto o uso de ferramentas digitais nas Eleições de 2026, buscando coibir práticas ilícitas, promover maior transparência nas campanhas e assegurar que o debate democrático ocorra de forma ética, responsável e em conformidade com a legislação eleitoral.

