

Entre o avanço digital e a legislação, a Justiça Eleitoral enfrenta o desafio de coibir propagandas antecipadas e garantir o equilíbrio entre candidatos antes do início oficial da campanha de 2026, previsto para agosto

Pré-campanha na mira da Lei Eleitoral



» CARLOS SILVA

Mesmo antes do início oficial da campanha política, a Justiça Eleitoral acende o alerta para práticas irregulares de promoção de pré-candidaturas. Pelo calendário do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), somente a partir de 16 de agosto, está autorizada a propaganda dos candidatos, tanto nas ruas quanto na internet. Apesar das regras claras, especialistas apontam que o período de pré-campanha tem sido cada vez mais ocupado por estratégias que tensionam os limites da legalidade.

Publicações patrocinadas, atuação de influenciadores digitais e até disparos em massa de mensagens configuram um cenário em que a fiscalização se torna mais complexa e, muitas vezes, reativa. Nesse contexto, a atuação da Justiça Eleitoral passa a ser central não apenas na punição de irregularidades, mas também na orientação a partidos, candidatos e eleitores sobre os limites legais da comunicação política em um ambiente cada vez mais digitalizado.

O problema não é novo. Dados do TSE mostram que, somente nas eleições de 2022 no Distrito Federal, 2.349 irregularidades foram identificadas em propagandas, algumas modalidades com maior destaque. O uso irregular de bandeiras, banners, cartazes, cavaletes e faixas liderou com 631 registros, seguido pelo derrame de santinhos, com 362 ocorrências. Também aparecem com números expressivos os casos de adesivos aplicados de forma irregular em bens públicos ou particulares (266).

Fake news

Ao mesmo tempo, os dados indicam a consolidação de irregularidades no ambiente digital. O disparo em massa de mensagens por SMS, WhatsApp, e-mail ou telemarketing somou 232 registros, evidenciando o peso crescente dessas estratégias. As ocorrências envolvendo internet e redes sociais chegaram a 85 casos, além de 55 registros de fake news (desinformação).

O advogado e mestre em direito eleitoral Alberto Rollo explica que a lógica central da legislação brasileira é garantir equilíbrio na disputa. Segundo ele, o objetivo do legislador é evitar vantagens indevidas entre candidatos, especialmente aqueles que ocupam cargos públicos em detrimento dos que tentam ingressar na política. "A ideia é manter, tanto quanto possível, a igualdade na disputa, inclusive do ponto de vista financeiro", afirma.

Um dos principais pontos de atenção, segundo Alberto Rollo, é a linha que separa a pré-campanha da propaganda eleitoral antecipada. Ele destaca que essa divisão está prevista no artigo 36-A da Lei das Eleições, que permite a exposição de pré-candidatos desde que não haja pedido explícito de voto. "Você pode falar das suas qualidades, das suas pretensões, mas sem pedido expresso de voto", explica.

No entanto, essa fronteira pode ser ultrapassada de forma indireta. "O TSE cunhou uma expressão chamada 'palavras mágicas'. Não precisa dizer 'vote em mim', mas o uso de certas expressões, como 'conto com você em outubro', pode caracterizar o pedido de voto", acrescenta. Na prática, segundo o advogado, candidatos frequentemente testam os limites da legislação. "O candidato brasileiro é inventivo, ele busca brechas", diz.

Desafios digitais

Anderson Garcia Moreira, gerente de inovação da Place Tecnologia e integrante



Regras e punições

Prazos e início da propaganda

- A propaganda eleitoral é permitida a partir do dia 16 de agosto do ano da eleição
- Antes desse período, é permitida a propaganda intrapartidária para escolha de candidatos em convenção, vedado o uso de rádio, TV e outdoors

Propaganda na internet

- Pode ser feita em sites do candidato, partido ou coligação, desde que o endereço seja comunicado à Justiça Eleitoral
- É permitido o impulsionamento de conteúdo, desde que contratado diretamente com provedores e identificado de forma clara
- É proibida a contratação de pessoas físicas ou jurídicas para publicar conteúdo ofensivo ou depreciativo contra adversários

Uso de Inteligência Artificial (IA):

- O uso de conteúdo sintético multimídia gerado por IA exige o dever de informar explicitamente que o conteúdo foi fabricado ou manipulado
- É expressamente proibido o uso de deepfakes (vídeos ou áudios que alteram a voz ou imagem de pessoas reais) para prejudicar ou favorecer candidaturas
- O descumprimento dessas regras pode configurar abuso de poder e levar à cassação do registro ou mandato

Proibições gerais:

- É vedada a distribuição de camisetas, chaveiros, bonés, canetas ou quaisquer bens que possam proporcionar vantagem ao eleitor

A propaganda por meio de outdoors, inclusive eletrônicos, é proibida

- Não é permitida a veiculação de

propaganda em bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do poder público, como postos de gasolina, cinemas, clubes e lojas

Combate à Desinformação:

- Candidatos e partidos devem verificar a fidedignidade da informação antes de divulgá-la
- É dever dos provedores de internet adotar medidas para impedir a circulação de fatos notoriamente inverídicos que possam atingir a integridade do processo eleitoral

Punições:

- Divulgar ou se beneficiar de propaganda irregular (comprovado o conhecimento prévio), pode gerar multa entre R\$ 5 mil e R\$ 25 mil, ou o valor total do custo da propaganda, caso este seja mais alta

Fonte: Resolução nº 23.610/2019 | TSE

do Global Tech Institute, explica que, hoje, o uso de disparos em massa tem papel estratégico no período pré-eleitoral. Mesmo sem pedido explícito de voto, essas ações ajudam a consolidar nomes e testar pautas junto ao eleitorado. "Cria-se um ambiente de saturação de informações, ou desinformação, que beneficia um candidato específico antes mesmo da largada oficial", explica.

Do ponto de vista técnico, o especialista destaca que há sinais claros de impulsionamento artificial de conteúdo. Entre os principais indícios, ele cita "milhares de curtidas e compartilhamentos nos primeiros segundos", além de "perfis diferentes publicando exatamente o mesmo texto, com erros idênticos, em um curto espaço de tempo". Também chamam atenção, segundo ele, atividades em horários atípicos e redes de contas com perfis incompletos ou artificiais.

Entre as plataformas, ele aponta a maior vulnerabilidade nos aplicativos de mensageria privada. "O WhatsApp e o Telegram continuam sendo os

ambientes mais sensíveis", explica. Isso ocorre, segundo ele, por conta da criptografia, que dificulta o monitoramento em larga escala. "Cria-se uma 'zona cega' para a moderação de conteúdo", afirma, embora ressalte que empresas como a Meta têm avançado no bloqueio de disparos automatizados.

Apesar dos avanços tecnológicos, Anderson Moreira aponta que o combate a essas práticas ainda enfrenta limitações importantes. "A capacidade técnica existe, mas é uma corrida armamentista", afirma. Segundo o especialista, ferramentas de detecção evoluem constantemente, mas também evoluem os mecanismos de dissimulação. "O maior desafio não é detectar, mas provar quem está por trás dessas operações, especialmente quando envolvem servidores internacionais", destaca.

Brechas legais

É justamente no ambiente digital que reside grande parte do desafio de manter

a lisura do processo eleitoral, segundo o advogado especialista em direito eleitoral Newton Lins. "A letra da lei não consegue acompanhar as estratégias desenvolvidas para contornar as normas", afirma. Segundo ele, o papel da Justiça Eleitoral tem sido fundamental para suprir essas lacunas por meio da interpretação. "Hoje, os denominados influenciadores digitais ocuparam esse espaço, e ainda não existe regra clara a respeito", diz.

Para Lins, outro ponto de desatque está nas brechas da legislação, as quais estão diretamente ligadas à forma como as regras são produzidas. Ele cita uma reflexão recorrente no meio jurídico: "O Direito Eleitoral é o único ramo do Direito no qual o destinatário da norma é justamente quem escreve as normas". Na prática, isso significa que as regras são frequentemente alteradas pelos próprios atores políticos, o que gera distorções. "Quem disputa o jogo também escreve as regras do jogo", afirma.

Essa dinâmica irregular tem impactos diretos na democracia. "A antecipação da propaganda compromete a igualdade de

disputa em três dimensões fundamentais", afirma, citando o tempo de exposição, o uso de recursos financeiros e o alcance nas redes. Para ele, o problema deixou de ser apenas formal.

Fiscalização

Em nota, o TSE destaca que a linha entre manifestação pessoal e propaganda irregular está diretamente ligada ao conteúdo e à intenção da mensagem. "A legislação permite que qualquer pessoa [...] manifeste opiniões políticas, exponha posicionamentos, critique, apoie ideias e até mencione pré-candidatura", afirma. No entanto, o tribunal faz uma ressalva importante: "se a comunicação passa a ter caráter eleitoral [...] a Justiça Eleitoral pode entender como propaganda eleitoral antecipada".

No ambiente digital, a Corte reforça que há restrições específicas, especialmente quanto ao uso de impulsionamento. "O uso de redes sociais para propaganda eleitoral e o impulsionamento de conteúdo político-eleitoral só é permitido durante a campanha oficial", informa. O tribunal exemplifica: "pagar para promover post exaltando alguém como 'a melhor opção'" pode configurar infração.

Por fim, o TSE orienta os eleitores sobre como identificar e denunciar irregularidades. O principal canal de denúncia é o aplicativo Paldal, que permite o envio de provas diretamente à Justiça Eleitoral. A recomendação é incluir "print ou link da publicação, data, horário, nome do possível responsável e descrição do fato".



Confira o calendário das eleições 2026