



CENTRO DE APOIO OPERACIONAL ELEITORAL – CAOPEL

Ofício Circular nº 0033/2026/CAOPEL

Fortaleza/CE, 13 de julho de 2026

A Sua Excelência o(a) Senhor(a)
PROMOTOR(A) ELEITORAL

Referente: **Protocolo nº 02.2026.00036124-3**

Assunto: Encaminhar ORIENTAÇÃO PRE/CE Nº 02/2026

Senhor(a) Promotor(a) Eleitoral,

Cumprimentando-o(a) cordialmente, sirvo-me do presente expediente para encaminhar ORIENTAÇÃO PRE/CE Nº 02/2026, que trata das diretrizes para racionalização e otimização da atuação do Ministério Público Eleitoral do Estado do Ceará em face de propagandas eleitorais antecipadas, para fins de conhecimento.

Atenciosamente,

Igor Pereira Pinheiro
Promotor de Justiça
Coordenador do CAOPEL

Monia Dantas de Macedo
Promotora de Justiça
Coordenadora Auxiliar do CAOPEL

João Batista Fontenele Neto
Promotor de Justiça
Coordenador Auxiliar do CAOPEL



**MINISTÉRIO PÚBLICO ELEITORAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO CEARÁ**

ORIENTAÇÃO PRE/CE Nº 02/2026

ASSUNTO: Diretrizes para racionalização e otimização da atuação do Ministério Público Eleitoral do Estado do Ceará em face de propagandas eleitorais antecipadas.

1. CONCEITO GERAL DE PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA

A jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral estabelece que a propaganda eleitoral antecipada (extemporânea) se configura quando, antes do período oficial de campanha (16 de agosto), ocorrem atos que apresentem pedido explícito de voto, utilizem meios proscritos (proibidos) ou violem a paridade de armas entre os pré-candidatos.

Convém entendermos os conceitos de pré-campanha e campanha para, em seguida, tratarmos das principais hipóteses de condutas permitidas e não permitidas.

A legislação brasileira estabelece uma linha divisória rígida entre o período de promoção pessoal e a busca efetiva pelo voto. Confira as principais diferenças:

Na Pré-Campanha (até 15 de agosto), as ações devem focar na promoção pessoal e no debate político, sem que isso se transforme em propaganda antecipada, sendo permitido:

- Participação em entrevistas, programas de rádio, TV e debates.
- Encontros e reuniões em ambientes fechados para discutir planos de governo.
- Manifestações de posicionamento político em redes sociais.

- Divulgação de atos parlamentares e debates de propostas.

É terminantemente proibido o pedido explícito de voto. De acordo com o Art. 36-A da Lei Eleitoral (LE), a menção à pretensa candidatura e a exaltação das qualidades pessoais são permitidas, desde que não haja o apelo direto ao eleitor.

Já a fase de Campanha Eleitoral (a partir de 16 de agosto) é o período oficial para a captação de sufrágio (votos), onde a propaganda é amplamente liberada dentro das normas vigentes, iniciando-se em 16 de agosto e se estende até a véspera da eleição.

Aqui se concentram as atividades públicas voltadas diretamente a convencer o eleitor e angariar votos. Conforme o Art. 36 da Lei das Eleições, qualquer ato de propaganda realizado antes desta data pode ser sujeito a multa e sanções judiciais.

Para sistematizar como o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) analisa a propaganda eleitoral antecipada, é preciso compreender que a Corte adota uma abordagem pragmática baseada em um teste de três pilares, filtrado pela análise do contexto e pela proteção à liberdade de expressão.

A partir das alterações da minirreforma eleitoral (que introduziu o art. 36-A na Lei nº 9.504/1997), a regra geral passou a ser a **permissão** para o debate político. Tornou-se lícito ao pré-candidato exaltar suas qualidades pessoais, mencionar sua pretensa candidatura, participar de entrevistas e debater projetos.

Para que uma conduta saia da esfera permitida (pré-campanha lícita) e seja configurada como **propaganda eleitoral antecipada irregular**, o TSE avalia se a ação incide em, **pelo menos um**, dos três critérios objetivos abaixo:

1.1 Presença de Pedido Explícito de Voto ou “Palavras Mágicas”

O primeiro e mais direto critério é a análise do discurso. A propaganda é irregular se houver pedido explícito de voto ou de não voto para o adversário.

O Tribunal entende que o pedido não precisa ser a frase literal “vote em mim”. O ilícito se configura pelo uso das chamadas “**palavras mágicas**” — expressões que possuem carga semântica equivalente ao pedido de voto, como “juntos podemos construir um futuro melhor”, “a mudança começa agora” ou “vamos fazer a diferença” vinculadas à eleição.

1.2 Utilização de Meio Proscrito (Formas Proibidas)

Se o ato não tem pedido de voto, o TSE analisa a forma como ele foi feito. A lógica do Tribunal é: se um meio de publicidade é proibido durante a campanha oficial, ele é terminantemente proibido na pré-campanha.

O Tribunal pune objetivamente o pré-candidato que, mesmo sem pedir votos, utiliza outdoors (ou painéis/pinturas com efeito visual de outdoor), promove a distribuição de brindes (como camisetas e bonés, inclusive em sorteios nas redes sociais) ou realiza eventos com apresentação de artistas assemelhados a *showmícios*.

1.3 Quebra da Paridade de Armas (Igualdade de Oportunidades)

Se não há pedido de voto e o meio não é proscrito em si, o TSE avalia a **magnitude** do evento. A ofensa à igualdade de oportunidades entre os candidatos é um critério alternativo e autônomo para configurar a propaganda antecipada.

O Tribunal enquadra como ilícitas as ações que, pelo alto dispêndio financeiro ou proporção, desequilibram a disputa antes da hora. Exemplos incluem a realização de megaeventos de pré-campanha ou passeatas gigantescas com banda de música, carros de som e farta distribuição de material, assumindo contornos de verdadeiro comício.

1.4 O Filtro Adicional: A Análise do Contexto

O TSE não analisa os fatos de forma isolada, mas sim o **contexto global** da conduta. Um adesivo pequeno pode ser lícito, mas a realização de um evento para colar adesivos, ao

som de um *jingle* de campanha e com ampla transmissão ao vivo nas redes sociais, configura, em seu conjunto, atos típicos de campanha fora de hora.

1.5 As Excludentes: O que afasta a punição

Na aplicação prática desses critérios, o TSE adota o princípio da **intervenção mínima** para garantir a liberdade de expressão. O Tribunal **afasta a configuração** de propaganda antecipada quando:

- A conduta se resume a críticas políticas, debates sobre temas comunitários (desemprego, inflação) e comparações entre governos, ainda que de forma ácida.
- Trata-se de manifestação orgânica de eleitores na internet.

Essa exclusão de punição deixa de existir (e a conduta passa a ser punida como propaganda negativa) se a crítica ultrapassar o debate de ideias e envolver ofensas diretas à honra, imputação de crimes ou a veiculação de desinformação / *fake news* (fatos sabidamente inverídicos ou gravemente descontextualizados).

2. CONDUTAS PERMITIDAS PELA JURISPRUDÊNCIA DO TSE

O TSE ressalta que a menção à pré-candidatura, as entrevistas, os debates de projetos, a manifestação de opinião política na internet, as mensagens de felicitações em datas comemorativas (que não citem as eleições) e a prestação de contas de governo (sem pedido de voto), são atos considerados indiferentes eleitorais ou lícitos amparados pela liberdade de expressão. Abordaremos brevemente as principais hipóteses que não configuram propagando antecipada, mas que geram dúvidas.

ATOS GOVERNAMENTAIS

2.1 Prestação de Contas em Entregas de Obras¹

Discursos proferidos por chefes do Executivo na entrega de obras públicas (como unidades do programa Minha Casa Minha Vida) não configuram propaganda antecipada se ficarem adstritos à mera prestação de contas à população, cumprindo o dever constitucional de publicidade e sem conter alusões a candidaturas, projetos futuros ou pedidos de voto.

2.2 Mensagens Natalinas² e Calendários³

A veiculação de mensagens de felicitação de fim de ano ou a distribuição de calendários por Chefes do Executivo não configura propaganda eleitoral extemporânea, desde que não tragam referências (nem sequer subliminares) a eleições, a planos de governo ou pedidos disfarçados de apoio nas urnas. Segundo o TSE, tais atos até podem eventualmente configurar promoção pessoal, mas não caracterizam o ilícito da propaganda eleitoral antecipada.

¹ [...] Propaganda eleitoral antecipada. Não configuração. Inexistência dos elementos caracterizadores. Discurso proferido pela presidente da república, em 2 de julho, por ocasião da entrega de 496 unidades habitacionais. Programa 'Minha Casa Minha Vida'. Natureza jurídica. Simples prestação de contas. Dever constitucional de publicidade. [...] 1. A caracterização de propaganda eleitoral antecipada requesta a presença de elementos objetivos hígidos necessários à sua comprovação, nomeadamente alusões, ainda que indiretas, a eleições, candidaturas, projetos e pedidos de votos. Precedentes do Tribunal Superior Eleitoral. 2. O discurso proferido pela Presidente da República por ocasião da entrega de 496 unidades habitacionais, referentes ao programa 'Minha Casa Minha Vida', não ultrapassou as balizas da prestação de contas de ato do governo. 3. Para que se tenha um controle eficaz sobre as ações do Estado, imprescindível a máxima publicidade (art. 37, caput, da CF/88). 4. A jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral passou a admitir a caracterização da propaganda eleitoral antecipada a partir de referências indiretas, sendo certo que o trinômio 'candidato, pedido de voto e cargo pretendido' não é mais exigível, sendo suficiente a percepção de circunstâncias e peculiaridades associadas à eleição. Todavia, para a configuração do ilícito, forçosa a constatação de um mínimo de referências palpáveis a eleições, votos, candidaturas, projetos futuros, continuidade, etc., premissas fáticas e jurídicas tais que não foram divisadas no caso concreto. 5. Não há falar em propaganda eleitoral na modalidade negativa diante de críticas verdadeiramente políticas, não endereçadas a algum destinatário individualizado, mas somente a um tipo de pessimismo difuso, sem o objetivo de denegrir a imagem de determinado adversário político. [...]". (Ac. de 7.8.2014 no R-Rp nº 76914, rel. Min. Tarcísio Vieira de Carvalho Neto.)

² "Eleições 2012 [...] Propaganda eleitoral extemporânea. Chefe do Executivo Municipal. Ausência de configuração. Promoção pessoal. [...] 1. Não configura propaganda eleitoral extemporânea a veiculação de mensagem de felicitação em calendários, divulgada por chefe do Executivo Municipal, quando não há referência, nem subliminar, a eleições ou a planos de governo nem tentativa, de forma indireta e disfarçada, de obter do eleitorado o apoio por intermédio do voto. [...] Possibilidade de configuração de promoção pessoal, mas não de propaganda eleitoral, conforme a jurisprudência uníssona desta Corte. 3. 'Para fins de caracterização de propaganda eleitoral não se perquire de potencialidade para desequilibrar o pleito.' [...]". (Ac. de 7.11.2013 no AgR-REspe nº 857, rel. Min. Laurita Vaz.)

³ [...] Eleições 2010. Mensagem. Felicitações. Propaganda Antecipada. Não caracterização. Mensagens de cumprimento e felicitação, sem referência a eleição vindoura ou a outros aspectos que ressaltem as aptidões de possível candidato para exercer mandato eletivo, não configuram propaganda eleitoral extemporânea [...]". (Ac. de 27.5.2014 no AgR-REspe nº 230769, rel. Min. Laurita Hilário Vaz, red. designado Min. Henrique Neves.)

2.3 Participação em Campanhas do Dia das Mães⁴

A exibição de programa em cadeia de rádio e TV veiculando políticas de interesse feminino em comemoração ao Dia das Mães, mesmo contando com a participação de figuras políticas (como a primeira-dama), não configura propaganda extemporânea se o foco for a publicidade institucional de programas de governo, sem menção à disputa eleitoral.

2.4 Pronunciamentos Institucionais para arrefecer tensões sociais⁵

Um discurso proferido pela Presidência da República em cadeia nacional, às vésperas da Copa do Mundo, não foi considerado propaganda antecipada. O TSE entendeu tratar-se de uma prestação de contas válida e uma tentativa de “arrefecer os ânimos exaltados e dissipar a tensão” devido aos protestos sociais da época, não havendo no texto qualquer alusão a eleições, candidaturas ou pedido de votos.

CRÍTICAS

⁴ Eleições 2022. Representação. Pré-candidato ao cargo de presidente da república. Alegada propaganda eleitoral antecipada irregular. Data comemorativa. Dia das mães. Art. 36 da Lei das Eleições. [...] 1. Segundo a jurisprudência do TSE, há propaganda eleitoral extemporânea irregular quando se tem, cumulativamente ou não, a presença de: (a) referência direta ao pleito vindouro ou cargo em disputa, (b) pedido explícito de voto, de não voto ou o uso de ‘palavras mágicas’ para esse fim, (c) realização por forma vedada para a propaganda eleitoral no período permitido, (d) violação à paridade de armas entre os possíveis concorrentes, (e) mácula à honra ou imagem de pré-candidato e (f) divulgação de fato sabidamente inverídico. 2. No caso, ausente qualquer elemento caracterizador de propaganda eleitoral, é incabível afirmar a sua ocorrência na forma extemporânea, bem como não há falar em propaganda política, por ter sido veiculado programa em cadeia de rádio e televisão, com participação coadjuvante da primeira-dama ao lado da Ministra de Estado da Mulher, Família e dos Direitos Humanos, cujo conteúdo se restringiu a divulgar programa de governo de notório interesse da população em geral e de especial relevância para a população feminina [...]”. (Ac. de 23/5/2023 no Rec-Rp n. 060028736, rel. Min. Raul Araujo Filho.)

⁵ Eleições 2014 [...] propaganda eleitoral antecipada - discurso da presidente da república, pronunciado em 10 de junho de 2014, em cadeia nacional de rádio e televisão, sobre a copa do mundo de futebol [...] III - Não caracteriza propaganda eleitoral antecipada discurso proferido pela Presidência da República, em cadeia nacional de rádio e televisão, no dia 10 de junho de 2014, às vésperas da Copa do Mundo de futebol, quando o exame de seu conteúdo, pela Justiça Eleitoral, aponta para existência de simples prestação de contas, decorrência lógica do Princípio da Publicidade (art. 37, caput, da CF/88), somada à intenção, em meio a ambiente politicamente conturbado, marcado por movimentos sociais de protestos, alguns dos quais violentos, de arrefecer os ânimos exaltados e dissipar a tensão, a fim de que o evento esportivo de envergadura mundial transcorresse em clima de tranquilidade, notadamente quando inexistentes, na fala impugnada, qualquer alusão direta ou indireta a eleições, candidaturas ou pedidos de votos [...]”. (Ac. de 2.8.2016 no R-Rp Respe nº 55353, rel. Min. Tarcisio Vieira De Carvalho Neto.)

2.5 Informações e Falsidades em Grupos Privados de WhatsApp⁶

O TSE entende que a veiculação de informações (mesmo as de cunho inverídico com viés eleitoral/negativo) que fiquem estritamente circunscritas a grupos limitados e fechados de WhatsApp não caracteriza propaganda eleitoral irregular. O Tribunal decidiu que, pela ausência de divulgação ampla ao público em geral e pela falta de potencialidade lesiva real, prevalece a liberdade de expressão inerente às comunicações interpessoais privadas.

Contrariamente, configura propaganda eleitoral se o grupo de WhatsApp for aberto ou possuir significativo número de integrantes⁷.

2.6 Críticas ácidas e comparação de Governos (Debate Democrático)⁸⁹

⁶ Eleições 2024. [...] Propaganda eleitoral irregular. Veiculação de informação inverídica. Grupo privado de Whatsapp. [...] 2. A jurisprudência desta Corte Superior “[...] considera não caracterizada a propaganda eleitoral irregular quando ausente a divulgação ampla da mensagem, circunscrita a um grupo limitado de pessoas, sem potencialidade lesiva”, de modo que “prevalece a liberdade de expressão em mensagens enviadas por meio do WhatsApp não abertas ao público ou restritas a grupo limitado de pessoas [...]” [...]” (Ac. de 4/12/2025 no AgR-AREspE n. 060042545, rel. Min. André Mendonça.)

⁷ [...] Representação. Pesquisa eleitoral sem registro. Divulgação. Art. 33, § 3º, da Lei 9.504/97. Grupos de Whatsapp. Conhecimento público. Configuração. [...] 3. A controvérsia cinge-se à incidência da multa prevista no art. 33, § 3º, da Lei 9.504/97 na hipótese de divulgação de pesquisa eleitoral, sem prévio registro, por meio do aplicativo WhatsApp. 4. No leading case sobre a matéria - REspEI 0000414-92/SE, Rel. Min. Tarcisio Vieira de Carvalho Neto, DJE de 2/10/2018 -, esta Corte Superior, atenta à realidade imposta pelas novas mídias digitais e de sua possível influência na legitimidade das eleições, registrou que se deve perquirir, caso a caso, o público alvo atingido pela mensagem e a potencialidade de alastramento das informações veiculadas por meio da ferramenta a fim de se enquadrar a conduta como violadora do art. 33 da Lei 9.504/97. 5. Nesse sentido, fixaram-se alguns parâmetros que, em cada hipótese concreta, podem nortear o julgador na qualificação da pesquisa divulgada em rede social como de conhecimento público ou não, a saber: (a) uso institucional ou comercial da ferramenta; (b) capacidade de alcance das informações; (c) número de participantes; (d) nível de organização do aplicativo; (e) características dos participantes. 6. No caso dos autos, os elementos contidos na moldura fática do aresto a quo permitem concluir que a conduta dos recorrentes é ilícita, porquanto teve aptidão para levar a pesquisa irregular ao ‘conhecimento público’ [...]” (Ac. de 16.3.2023 no AREspE nº 060056849, rel. Min. Benedito Gonçalves.)

⁸ Eleições 2022 [...] Propaganda eleitoral negativa [...] Temas de interesse político-comunitário. Interferência mínima no debate democrático [...] 2. Em exame perfunctório, típico das cautelares, verifica-se que, na hipótese em exame, a publicidade impugnada se limita a tratar de temas de interesse político-comunitário, como a inflação, o desemprego, a política de armamento e de educação de jovens mediante a comparação de fatos e realizações entre os governos dos adversários políticos, dentro dos limites do debate democrático [...]” (Ac. de 30.9.2022 no Ref-Rp nº 060123745, Min. Paulo de Tarso Sanseverino.)

⁹ Eleições 2022 [...] Propaganda eleitoral irregular. Art. 45 da Lei nº 9.504/1997. Programação normal. Emissora de TV. Liberdade de expressão. Ilícito não configurado [...] 2. Consoante a jurisprudência desta Corte Superior, a garantia da livre manifestação de pensamento não possui caráter absoluto, afigurando-se possível a condenação por propaganda eleitoral negativa no caso de a mensagem divulgada ofender a honra ou a imagem de candidato, partido ou coligação, ou divulgar fatos sabidamente inverídicos. 3. A hipótese dos autos é distinta. A moldura fática do acórdão regional revela que as manifestações do agravado em programa de TV, transmitido em 8.9.2022, traduziram-se em reprodução de matéria amplamente divulgada em âmbito nacional sobre suposto superfaturamento do preço de remédios praticado durante a gestão do agravante em governo anterior, acompanhada de crítica que, ainda que ácida, não desborda do limite da liberdade de expressão [...] 5. A mera abordagem, em programa televisivo, de supostos fatos veiculados na imprensa envolvendo a gestão pretérita de candidato, enquanto agente político, não ultrapassa os limites da

A divulgação de críticas contundentes à gestão de adversários — abordando temas como inflação, desemprego e reproduzindo matérias jornalísticas nacionais sobre supostos superfaturamentos — não caracteriza propaganda eleitoral negativa antecipada. O TSE entende que essas manifestações são inerentes ao direito à informação e ao debate democrático, desde que não ofendam a honra pessoal com fatos sabidamente falsos (*fake news*).

2.7 Críticas públicas a promessas descumpridas e a ex-gestores¹⁰

O lançamento de críticas contundentes (inclusive as desabonadoras) ao desempenho de administrações anteriores ou a promessas de campanha que não foram cumpridas por adversários não caracteriza propaganda eleitoral antecipada negativa, nem sequer garante direito de resposta. A Justiça Eleitoral enquadra isso como mera discussão de interesse político-comunitário inerente ao debate democrático, desde que não resvale para ofensas pessoais

2.8 Críticas à administração pública¹¹

É lícito ao partido usar seu espaço no rádio e na TV para lançar críticas (mesmo desabonadoras) à gestão de adversários ou apontar promessas de campanha não cumpridas, caracterizando discussão de interesse político-comunitário.

liberdade de imprensa e do direito à informação, sendo inerente ao debate político, logo não caracteriza propaganda eleitoral negativa. 6. Conflita com o Estado Democrático de Direito o estabelecimento de severas e automáticas restrições à liberdade de expressão com supedâneo no mero início do período eleitoral, impondo-se como regra assegurar a livre circulação de ideias, o debate sadio e a veiculação de críticas, ainda que ácidas e enfáticas [...]”. (Ac. de 3/5/2024 no AgR-REspEl n. 060149544, rel. Min. Benedito Gonçalves.)

¹⁰ “[...] 1. É permitida a veiculação, na propaganda partidária, de críticas à administração pública desde que não haja o enaltecimento de pretensão candidato, referência às eleições ou pedido de votos, ainda que implícito. [...]” (Ac. de 29.10.2015 no AgR-REspe nº 4227, rel. Min. Henrique Neves da Silva.) [https://sjur-servicos.tse.jus.br/sjur-servicos/rest/download/pdf/52552] [2] Data: 11/11/2014 Referência: (Ac. de 11.11.2014 no Rp nº 37337, rel. Min. João Otávio de Noronha.)

¹¹ “[...] 1. É permitida a veiculação, na propaganda partidária, de críticas à administração pública desde que não haja o enaltecimento de pretensão candidato, referência às eleições ou pedido de votos, ainda que implícito. [...]” (Ac. de 29.10.2015 no AgR-REspe nº 4227, rel. Min. Henrique Neves da Silva.) [https://sjur-servicos.tse.jus.br/sjur-servicos/rest/download/pdf/52552] [2] Data: 11/11/2014 Referência: (Ac. de 11.11.2014 no Rp nº 37337, rel. Min. João Otávio de Noronha.)

2.9 Atuação de filiados de expressão¹²

A difusão de ideais da agremiação ou o relato de experiências e ações de governo sob a ótica pessoal de um filiado de destaque (mesmo sendo pré-candidato), sem configurar promoção pessoal exclusiva com finalidade eleitoral, não configura propagando eleitoral antecipada.

MÍDIA, INTERNET, PUBLICIDADE

2.10 Participar de entrevistas, debates e programas¹³

Segundo o entendimento do Tribunal Superior Eleitoral e a regra do art. 36-A da Lei das Eleições, a participação de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet não configura propaganda eleitoral antecipada.

Essas atividades são expressamente permitidas na fase de pré-campanha, sendo totalmente lícita, inclusive, a exposição de plataformas e projetos políticos durante essas

¹² “Propaganda partidária. Desvirtuamento. Inexistência. Referência ao líder partidário. Possibilidade. As referências ao exercício do mandato parlamentar e a discussão acerca de temas político-partidários, ainda que levadas a público por filiado de grande expressão, não configuram desvirtuamento da propaganda partidária ou propaganda eleitoral extemporânea. Precedentes. Agravo regimental e recursos especiais providos.” (Ac. de 31.5.2016 no AgR-REspe nº 330994, rel. Min. Maria Thereza de Assis Moura, red. designado Min. Henrique Neves da Silva.)

¹³ [...] Propaganda eleitoral antecipada. Não caracterização. Entrevista de rádio. Presidente da República. Pré-candidatura. Reeleição. Esclarecimentos à população sobre ações pontuais do governo. Dever constitucional de informar. Princípio da publicidade. Inteligência da CF/88, art. 37, caput, c/c o art. 36-A, inciso I, da Lei nº 9.504/97, com nova redação conferida pela Lei nº 12.891/2013. [...] 2. A prestação de esclarecimentos à população sobre típicas ações do Governo em curso, por si só, não caracteriza propaganda eleitoral antecipada. Hipótese em que a representada, ora recorrida, na condição de Presidenta da República e virtual pré-candidata à reeleição, em meio a uma entrevista de rádio, provocada com ironia, em fala informal, não preparada antecipadamente, ao se dirigir a jornalista, em tom de brincadeira, fez uso das expressões ‘se eu tiver um segundo mandato’ e ‘se você votar em mim Alexandre’, as quais, no enquadramento fático dos autos e de acordo com as provas coligidas, não dão conta nem despertam a crença de que houve promessas de campanha, alusão a candidaturas ou pedido de votos, pelo menos com a objetividade devida, de todo necessária para os fins da aplicação da multa de que cuida o art. 36, § 3º, da Lei nº 9.504/97. 3. A Lei nº 12.891/2013, ao dar nova redação ao inciso I do art. 36-A da Lei nº 9.504/97, de maneira proposital, suprimiu a expressão ‘desde que não haja pedido de votos’. A alteração é relevante porque, diante do novo parâmetro legal, não pode ser considerada propaganda antecipada a (simples) participação 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 [...]’” (Ac. de 5.6.2014 no R-Rp nº 23825, rel. Min. Tarcísio Vieira de Carvalho Neto.)

participações. No entanto, para que essa conduta permaneça lícita, dois requisitos principais devem ser respeitados:

- Ausência de pedido explícito de voto: O pré-candidato não pode utilizar o espaço para realizar pedido de voto (ou de não voto), seja de forma direta ou pelo uso de “palavras mágicas”.
- Tratamento isonômico pelas emissoras: As emissoras de rádio e televisão possuem o dever de conferir tratamento isonômico (igualitário) aos pré-candidatos convidados.

Essa permissão não abrange o pré-candidato que é profissional de comunicação (como radialista ou apresentador). Este não pode utilizar o seu próprio programa de rádio ou televisão, no exercício de sua profissão, para promover a sua candidatura, situação que desequilibra a disputa e atrai a penalidade por propaganda antecipada.

2.11 Exposição de conquistas¹⁴

A participação no rádio ou televisão em que o pré-candidato expõe plataformas, projetos políticos ou conquistas de gestões passadas, desde que sem pedido de voto, não configura propagando eleitoral antecipada.

2.12 Divulgação de candidatura¹⁵

¹⁴ [...] Entrevista. Deputado federal. Caráter político. Rádio. Propaganda eleitoral antecipada. Descaracterização. Multa afastada. [...] 1. Para a configuração da propaganda extemporânea, é necessário que haja referência a pleito eleitoral e expresso pedido de voto. Ausentes tais requisitos no caso concreto, em que a entrevista versou sobre conquistas políticas do pré-candidato ao cargo de governador, afasta-se a multa imposta com base no art. 36, § 3º, da Lei nº 9.504/97. 2. Segundo o disposto no art. 36-A, I, da Lei das Eleições, cuja redação foi reproduzida no art. 3º, I, da Res.-TSE nº 23.404/2014, aplicada às eleições de 2014, não é considerada propaganda eleitoral antecipada 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, desde que não haja pedido de votos, observado pelas emissoras de rádio e de televisão o dever de conferir tratamento isonômico. Precedentes. [...]” (Ac. de 7.6.2016 no AgR-REspe nº 771219, rel. Min. Maria Thereza de Assis Moura, red. designada Min. Luciana Lóssio.)

¹⁵ Eleições 2020 [...] Propaganda eleitoral antecipada. Art. 36 § 3º da Lei 9.504/97. Multa. Adesivo em carro. Período pré-campanha. Ausência de meio proscrito. Ausência de pedido expresso de voto [...] 1. O Tribunal Regional Eleitoral do Espírito Santo deu parcial provimento ao recurso eleitoral para reformar em parte a sentença do Juízo da 47ª Zona Eleitoral de Viana, mantendo a multa por propaganda antecipada no valor de R\$ 5.000,00, em razão de adesivos afixados em carros. 2. O regional constatou que foram doados ao então pré-candidato 20 adesivos perfurados para vidro traseiro e 20 adesivos redondos pequenos, com custo total

A divulgação ou menção a uma pré-candidatura não configura propaganda eleitoral antecipada.

A legislação eleitoral (art. 36-A da Lei nº 9.504/1997) estabeleceu que, antes do período oficial de campanha, tornaram-se condutas expressamente permitidas a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos, a divulgação de posicionamentos pessoais sobre questões políticas, a divulgação das ações políticas desenvolvidas ou que se pretende desenvolver e o pedido de apoio político.

Contudo, para que essa divulgação seja considerada um ato lícito de pré-campanha, ela deve obedecer às seguintes condições estabelecidas pelo TSE:

- Não pode haver pedido explícito de voto, o que inclui também a vedação ao uso de “palavras mágicas” que tenham carga semântica equivalente para convencer o eleitor.
- Não pode envolver o uso de meios proscritos, ou seja, o pré-candidato não pode usar formatos que são proibidos em qualquer fase do processo eleitoral (como *outdoors* físicos ou com efeito visual semelhante, e distribuição de brindes) para fazer a sua divulgação.

Conforme ressaltado acima, a jurisprudência reforça que essa flexibilização da lei não se aplica aos profissionais de comunicação social (como radialistas e apresentadores televisivos), que permanecem proibidos de utilizar o espaço de seus programas, no exercício

de R\$ 410,00 (quatrocentos e dez reais), material no qual era visível a foto do recorrente junto do slogan idêntico ao da ‘chapa majoritária’ do PSL, do qual o recorrente é filiado [...] 4. O agravante sustenta ser caso de propaganda eleitoral antecipada, pelo fato de a manifestação ter levado ao conhecimento público a ideia de defesa pública de uma vitória na disputa eleitoral por meio de ‘palavras mágicas’. [...] 5. Conforme entendimento desta Corte, ainda que não haja pedido explícito de voto, caracteriza-se o ilícito eleitoral quando: i) o veículo de manifestação se dá pela utilização de formas proscritas; ou ii) são utilizadas técnicas de comunicação equivalentes ao pedido explícito ‘identificado pelo uso de determinadas ‘palavras mágicas’, como, por exemplo, ‘apoie’ e ‘elejam’, que nos levem a concluir que o emissor está defendendo publicamente a sua vitória’ [...] 6. Ao contrário do que concluiu a Corte de origem, não é possível cogitar a existência do pedido explícito, nem mesmo por meio de ‘palavras mágicas’, pois a mensagem veiculada nos adesivos denota apenas menção à possível candidatura do agravante, diante da sua condição de pré-candidato, o que não é suficiente para o reconhecimento da propaganda eleitoral antecipada, conforme os parâmetros fixados por este Tribunal sobre a interpretação do art. 36-A da Lei 9.504/97 [...] 7. Não houve a utilização de meios proscritos, na qual se tem admitido a caracterização da propaganda antecipada sem a evidência de pedido explícito de voto, pois a utilização de adesivo plástico em automóveis é excepcionada no inciso II do § 2º do art. 37 da Lei 9.504/97 [...]”. (Ac. de 9.9.2021 no AgR-REspEI nº 060009423, rel. Min. Sergio Banhos.)

da profissão, para fazer manifestação de apoio político, divulgar sua pré-candidatura ou realizar promoção pessoal.

2.13 Divulgar posições pessoais¹⁶

A divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas não configura propaganda eleitoral antecipada.

A legislação eleitoral (art. 36-A da Lei nº 9.504/1997) estabelece de forma expressa que a divulgação de posicionamentos pessoais sobre questões políticas figura no rol de condutas que são permitidas antes do início do prazo oficial de campanha. Os pré-candidatos podem, inclusive, se valer da internet e de suas redes sociais para publicar suas manifestações e propostas.

Contudo, assim como ocorre com as entrevistas e a divulgação de pré-candidaturas, há um núcleo mínimo vedado pela legislação eleitoral para que o ato permaneça lícito: a manifestação do posicionamento pessoal não pode envolver o pedido explícito de voto (ou de não voto), o que abrange também a proibição do uso das “palavras mágicas” para pedir apoio nas urnas.

¹⁶ Eleições 2022. Representação. Propaganda eleitoral antecipada. Configuração. Pedido explícito de voto. Incidência de multa. Art. 36, § 3º, da Lei nº 9.504/1997. Procedência dos pedidos. [...] 4. Nos exatos termos do art. 36-A da Lei nº 9.504/1997, tornaram-se PERMITIDAS, ainda antes do início do exíguo prazo oficial de 45 dias de campanha, as seguintes condutas: a) menção à pretensa candidatura; b) exaltação das qualidades pessoais; c) participação em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na Internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos; d) realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, discussão de políticas públicas, planos de governo ou alianças partidárias; e) realização, a expensas de 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; f) divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas; e g) o pedido de apoio político e a divulgação da pré-candidatura, das ações políticas desenvolvidas e das que se pretende desenvolver. 5. Há, no entanto, um núcleo mínimo que permaneceu vedado pela legislação eleitoral, até que se inicie oficialmente o período de campanha, qual seja, o ‘pedido explícito de voto’ ou de ‘não voto’ (art. 36-A, caput, da Lei nº 9.504/1997). 6. A controvérsia dos autos cinge-se a verificar se, no seguinte trecho do discurso proferido pelo pré-candidato no referido evento, amplamente veiculado pela Internet, é possível evidenciar o ilícito de propaganda eleitoral extemporânea (ID 157874469, p. 1): ‘[...] eu queria pedir para vocês, cada mulher ou cada homem do Piauí que têm disposição de votar em mim, que têm disposição de votar no Wellington, eu queria pedir pra vocês que no dia 02 de outubro vote em mim, vote no Wellington, mas primeiro vote no Rafael, porque ele vai cuidar do povo do Piauí’. 7. O conteúdo impugnado pelos representantes configura, de fato, a prática de propaganda eleitoral antecipada, dada a invasão do núcleo mínimo de vedação legal, consistente na proibição de que, antes do período oficial de campanha, sejam veiculados pedidos explícitos de votos (art. 36-A, caput, da Lei nº 9.504/1997) [...]’ 7. (Ac. de 30/4/2019 no AgR-REspe n. 30614, rel. Min. Og Fernandes.) - Data: 30/04/2019

2.14 Exposição de conquistas

A participação no rádio ou televisão em que o pré-candidato expõe plataformas, projetos políticos ou conquistas de gestões passadas, desde que sem pedido de voto, não configura propagando eleitoral antecipada.

2.15 Publicar nas redes sociais manifestações e propostas

A publicação nas redes sociais de manifestações e propostas não configura propaganda eleitoral antecipada.

A legislação eleitoral (art. 36-A da Lei nº 9.504/1997) estabelece expressamente que é permitido aos pré-candidatos utilizar a internet e as redes sociais, durante a fase de pré-campanha, para manifestar suas posições e debater sobre propostas políticas.

No entanto, assim como nas demais condutas lícitas de pré-campanha, há uma restrição fundamental para que a postagem não seja considerada ilegal: a publicação não pode conter pedido explícito de voto (o que abrange também o uso de “palavras mágicas” para pedir apoio nas urnas, ou pedido de não voto contra adversários). Se houver o pedido explícito, a conduta perde a proteção legal e passa a ser punida como propaganda antecipada irregular.

2.16 Cartões de Visita¹⁷

A distribuição de cartões de visita contendo foto, nome, endereço eletrônico e a menção ao ano de realização da eleição não configura propaganda vedada, sendo tratada como mera promoção pessoal.

¹⁷ [...]. Multa por propaganda eleitoral prematura. Cartão de visita contendo foto, nome e endereço eletrônico, no qual há menção a ano de realização de eleição. Não-caracterização de propaganda vedada. Mera promoção pessoal. [...] 2. Não configura ato de propaganda eleitoral a distribuição de cartão de visita, com endereço eletrônico, ainda que este seja composto por ano em que se realizem eleições.” (Ac. de 8.2.2001 no REspe nº 18958, rel. Min. Fernando Neves.)

2.17 Tabelas da Copa do Mundo¹⁸

A distribuição de tabelas de jogos da Copa do Mundo contendo a fotografia e o nome de um político não configura propaganda antecipada, desde que não haja nenhuma menção a pleito, candidatura, pedido de votos ou alusão a circunstâncias eleitorais.

2.18 Falas informais em “tom de brincadeira” na Imprensa¹⁹

O TSE isentou de multa uma então Chefe do Executivo que, durante uma entrevista de rádio, usou as expressões “se eu tiver um segundo mandato” e “se você votar em mim” dirigidas a um jornalista. O Tribunal entendeu que a fala foi espontânea, informal, não preparada e feita em tom de ironia/brincadeira, não despertando a crença objetiva de promessa de campanha ou pedido de voto capaz de atrair a sanção legal.

2.19 Manifestação espontânea de eleitores²⁰

¹⁸ [...] Propaganda eleitoral antecipada. Tabelas de copa do mundo. - A distribuição de tabelas de jogos, contendo fotografia e nome do representado, sem menção a pleito ou candidatura, pedido de votos ou alusão a alguma circunstância associada à eleição, não permite inferir a configuração de propaganda eleitoral extemporânea. [...]” (Ac. de 24.9.2009 no AgR-REspe nº 26703, rel. Min. Arnaldo Versiani.) [https://sjur-servicos.tse.jus.br/sjur-servicos/rest/download/pdf/36482] [https://sjur-servicos.tse.jus.br/sjur-servicos/rest/download/pdf/36482]

¹⁹ [...] Propaganda eleitoral antecipada. Não caracterização. Entrevista de rádio. Presidente da República. Pré-candidatura. Reeleição. Esclarecimentos à população sobre ações pontuais do governo. Dever constitucional de informar. Princípio da publicidade. Inteligência da CF/88, art. 37, caput, c/c o art. 36-A, inciso I, da Lei nº 9.504/97, com nova redação conferida pela Lei nº 12.891/2013. [...] 2. A prestação de esclarecimentos à população sobre típicas ações do Governo em curso, por si só, não caracteriza propaganda eleitoral antecipada. Hipótese em que a representada, ora recorrida, na condição de Presidenta da República e virtual pré-candidata à reeleição, em meio a uma entrevista de rádio, provocada com ironia, em fala informal, não preparada antecipadamente, ao se dirigir a jornalista, em tom de brincadeira, fez uso das expressões ‘se eu tiver um segundo mandato’ e ‘se você votar em mim Alexandre’, as quais, no enquadramento fático dos autos e de acordo com as provas coligidas, não dão conta nem despertam a crença de que houve promessas de campanha, alusão a candidaturas ou pedido de votos, pelo menos com a objetividade devida, de todo necessária para os fins da aplicação da multa de que cuida o art. 36, § 3º, da Lei nº 9.504/97. 3. A Lei nº 12.891/2013, ao dar nova redação ao inciso I do art. 36-A da Lei nº 9.504/97, de maneira proposital, suprimiu a expressão ‘desde que não haja pedido de votos’. A alteração é relevante porque, diante do novo parâmetro legal, não pode ser considerada propaganda antecipada a (simples) participação 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 [...]’” (Ac. de 5.6.2014 no R-Rp nº 23825, rel. Min. Tarcísio Vieira de Carvalho Neto.)

²⁰ Eleições 2022. Recurso em representação. Cargo de presidente da República. Veiculação de notícia. Descontextualização. Ausência. Manifestação espontânea de usuário da internet. Não caracterização de ilícito. [...] 1. O Plenário do TSE, na sessão de 28.3.2023, ao apreciar o REC-Rp nº 0601754-50/DF, rel. Min. Alexandre de Moraes, decidiu, por maioria, admitir a aplicação da regra sancionadora contida no art. 57-D da Lei nº 9.504/1997 aos casos em que a representação tenha sido ajuizada com base no art. 36 da Lei das Eleições, quando se tratar de propaganda eleitoral irregular divulgada na internet. 2. A atuação da Justiça Eleitoral para restringir a propaganda eleitoral e, conseqüentemente, a liberdade de expressão, com a remoção

A emissão de opiniões, elogios ou críticas (mesmo que equivocadas, errôneas ou sensacionalistas) por pessoas naturais identificadas na internet (conteúdo orgânico) encontra abrigo na liberdade de expressão, desde que não se trate de divulgação de fatos sabidamente inverídicos.

2.20 Uso orgânico de adesivos veiculares simples²¹

Embora o TSE puna “adesivações” estruturados e adesivos grandes que geram “efeito outdoor”, a simples doação e afixação orgânica de adesivos perfurados para vidro traseiro de carros, contendo apenas foto e slogan do pré-candidato, não foi punida. O Tribunal concluiu que esse tipo de material é autorizado por lei (não é meio proscrito) e, sem a presença do pedido explícito de voto ou das “palavras mágicas”, constitui mera menção lícita à pré-candidatura.

2.21 Homenagens sem viés eleitoral em formato de Outdoor²²

de conteúdos, deve ser medida excepcional. Isso porque a propaganda eleitoral é o meio adequado para a livre circulação de ideias políticas e eleitorais, impondo a intervenção minimalista desta Justiça especializada, sob pena do comprometimento do próprio direito do eleitor ao acesso à informação. 3. Reafirma-se a convicção de que o usuário da internet que assiste ao vídeo publicado compreende facilmente que, em nenhum momento, os comentaristas falam em congelamento de contas bancárias de pessoas físicas ou jurídicas, como aparecem nas legendas das publicações impugnadas. A insurgência da representante se dá sobre conteúdo orgânico, que consiste na manifestação espontânea de usuários na internet e decorre da livre expressão de opiniões ou pensamento [...]”. (Ac. de 18.5.2023 no REC-Rp nº 060123053, rel. Min. Raul Araújo.)

²¹ Eleições 2020. [...] Propaganda eleitoral antecipada. Art. 36 § 3º da Lei 9.504/97. Multa. Adesivo em carro. Período pré-campanha. Ausência de meio proscrito. Ausência de pedido expresso de voto [...] 2. O regional constatou que foram doados ao então pré-candidato 20 adesivos perfurados para vidro traseiro e 20 adesivos redondos pequenos, com custo total de R\$ 410,00 (quatrocentos e dez reais), material no qual era visível a foto do recorrente junto do slogan idêntico ao da ‘chapa majoritária’ do PSL, do qual o recorrente é filiado [...] 4. O agravante sustenta ser caso de propaganda eleitoral antecipada, pelo fato de a manifestação ter levado ao conhecimento público a ideia de defesa pública de uma vitória na disputa eleitoral por meio de ‘palavras mágicas’ [...] 5. Conforme entendimento desta Corte, ainda que não haja pedido explícito de voto, caracteriza-se o ilícito eleitoral quando: i) o veículo de manifestação se dá pela utilização de formas proscritas; ou ii) são utilizadas técnicas de comunicação equivalentes ao pedido explícito ‘identificado pelo uso de determinadas ‘palavras mágicas’, como, por exemplo, ‘apoie’ e ‘elejam’, que nos levem a concluir que o emissor está defendendo publicamente a sua vitória’ [...] 6. Ao contrário do que concluiu a Corte de origem, não é possível cogitar a existência do pedido explícito, nem mesmo por meio de ‘palavras mágicas’, pois a mensagem veiculada nos adesivos denota apenas menção à possível candidatura do agravante, diante da sua condição de pré-candidato, o que não é suficiente para o reconhecimento da propaganda eleitoral antecipada, conforme os parâmetros fixados por este Tribunal sobre a interpretação do art. 36-A da Lei 9.504/97. 7. Não houve a utilização de meios proscritos, na qual se tem admitido a caracterização da propaganda antecipada sem a evidência de pedido explícito de voto, pois a utilização de adesivo plástico em automóveis é excepcionada no inciso II do § 2º do art. 37 da Lei 9.504/97 [...]”. (Ac. de 9.9.2021 no AgR-REspEI nº 060009423, rel. Min. Sergio Silveira Banhos.)

²² Eleições 2022. [...] Propaganda eleitoral antecipada. Outdoor. Ausência de elementos eleitorais. [...] 3. Segundo a jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral, a veiculação de mensagens de felicitação, agradecimento ou homenagem, mesmo quando veiculadas em aparato assemelhado a outdoor, não é

Embora o outdoor seja um meio proscrito (e a sua utilização normalmente atraia multa independentemente de pedido de voto), o TSE isentou de punição o uso de aparatos assemelhados a outdoor se o seu conteúdo se resumir a mensagens puramente de felicitação, agradecimento ou homenagem. O Tribunal concluiu que, caso a mensagem não traga nenhum elemento eleitoral ou menção (mesmo que indireta) à disputa vindoura, o ato não atrai a repressão da Justiça Eleitoral.

2.22 Uso de Símbolos Turísticos (Ex: Coração “Eu Amo Minha Cidade”)²³

A adoção de símbolos universais na pré-campanha, como um coração vermelho, assemelhando-se ao formato utilizado nos tradicionais letreiros de promoção turística das prefeituras nas praças públicas, não caracteriza apropriação indevida de marca ou símbolo da gestão municipal. Por ser um emblema de domínio público, seu uso pelo pré-candidato não configura propaganda eleitoral subliminar irregular associada à administração pública.

ATOS PARTIDÁRIOS

2.23 Transmissão de debates de prévias ao vivo nas redes²⁴

É plenamente lícita a transmissão ao vivo, por meio do perfil oficial de um partido político nas redes sociais (internet), de um debate promovido entre os seus próprios pré-candidatos durante a fase de prévias internas.

suficiente para caracterização do ilícito. [...]” (Ac. de 21/3/2024 no AgR-REspEl n. 060336564, rel. Min. Nunes Marques.)

²³ Eleições 2020 [...] Alegada utilização de símbolo da gestão municipal na campanha eleitoral. Improcedência. Emblema de coração esculpido em letreiros em locais públicos. Mera promoção turística comum em diversas cidades do país [...] 1. O símbolo de coração de cor vermelha esculpido nos letreiros instalados na municipalidade, além de não se assemelhar ao utilizado pelos agravados na propaganda eleitoral, consoante fotografias estampadas no acórdão regional, tampouco é empregado como símbolo oficial da prefeitura, mas apenas como emblema universal, de domínio público, existente em diversos outros locais do país, comumente associado à expressão ‘AMO’ junto ao nome da cidade, como forma de promoção turística [...]” (Ac. de 11/5/2023 no AREspEl nº 060096520, rel. Min. Carlos Horbach.)

²⁴ [...] Prévias partidárias. Pré-candidatura. Pedido de apoio. Divulgação. Redes sociais. Impulsioneamento. Debates. Transmissão. [...] d) O debate entre os pré-candidatos, promovido por partido político, pode ser transmitido ao vivo no perfil oficial do partido em suas redes sociais [...]” (Ac. de 13.10.2022 na CtaEl nº 060039939, rel. Min. Carlos Horbach.)

2.24 Exaltação de feitos passados por filiado com mandato²⁵

Não se considera desvirtuamento nem propaganda antecipada o uso do espaço partidário para que um filiado de grande expressão (que já exerça mandato) divulgue temas político-comunitários explorando a sua própria imagem, relatando experiências pessoais e citando obras/feitos realizados sob a sua condução. Desde que não haja menção a pleito futuro ou pedido de votos, essa conduta é lícita.

2.25 Realizar reuniões e encontros²⁶

²⁵ [...] Propaganda partidária. Entendimento do acórdão regional pela caracterização de desvirtuamento da propaganda partidária. Difusão das posições da grei, por meio do ponto de vista pessoal de filiada, sobre temas político-comunitários. [...] Ausência de menção à candidatura, pleito futuro ou pedido de voto. Obediência aos ditames insculpidos no art. 50-B da Lei n. 9.096/1995. [...] 4. Não há falar em contrariedade à jurisprudência do TSE, pois o entendimento desta Corte é no sentido de que o desvio de finalidade na propaganda partidária não se configura com a difusão das posições da agremiação sobre temas político-comunitários por meio de filiado titular de mandato eletivo, não acarretando, por si só, o desvio das finalidades legais da propaganda partidária, ainda que esta faça menção aos feitos realizados sob a condução do filiado, relate experiências sob o ponto de vista pessoal ou explore sua imagem. Precedentes. 5. Ao analisar questão semelhante (REspEl n. 0600466-07, rel. Min. Benedito Gonçalves, DJE de 6/12/2023), na qual determinada inserção foi tida como irregular pelo Tribunal de origem, esta Corte Superior deu provimento parcial ao recurso, assentando que a divulgação de posicionamento da grei quanto a temas políticos é admitida no art. 50-B, III, da Lei n. 9.096/1995. No referido acórdão, consignou-se também que, na seara jurisprudencial, esta Corte Superior já assentou que há desvirtuamento da propaganda partidária quando ela é destinada exclusivamente para a promoção pessoal de filiados, o que não se verifica na espécie. 6. No conteúdo da publicidade em análise, não há elementos objetivos que indiquem manifesta intenção de alavancar pretensa candidatura ou violação ao escopo legalmente estimado para a propaganda partidária, havendo apenas difusão das posições da grei, por meio do ponto de vista pessoal de filiada, sobre temas político-comunitários, sem nenhuma menção à candidatura, ao pleito futuro ou pedido de voto, de modo que, ao contrário do que entendeu a Corte de origem, não há desvirtuamento na referida publicidade ou descumprimento aos ditames insculpidos no art. 50-B da Lei n. 9.096/1995. 7. Em outros casos oriundos do Tribunal Regional Eleitoral da Bahia envolvendo o Diretório Estadual do União Brasil (União) e conteúdo de propaganda partidária similar e com alusão à mesma localidade, esta Corte Superior igualmente assentou que ‘não há desvirtuamento da propaganda partidária quando, além da promoção pessoal de filiado, há também a difusão dos ideais da agremiação e o incentivo à filiação partidária, sem pedido expresso de votos, menção à candidatura ou ao pleito futuro’ [...]” (Ac. de 10/4/2025 no AgR-REspEl n. 060028727, rel. Min. Floriano de Azevedo Marques.)

²⁶ Eleições 2022. Representação. Propaganda eleitoral antecipada. Configuração. Pedido explícito de voto. Incidência de multa. Art. 36, § 3º, da Lei no 9.504/1997. Procedência dos pedidos. [...] 4. Nos exatos termos do art. 36-A da Lei nº 9.504/1997, tornaram-se PERMITIDAS, ainda antes do início do exíguo prazo oficial de 45 dias de campanha, as seguintes condutas: a) menção à pretensa candidatura; b) exaltação das qualidades pessoais; c) participação em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na Internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos; d) realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, discussão de políticas públicas, planos de governo ou alianças partidárias; e) realização, a expensas de 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; f) divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas; e g) o pedido de apoio político e a divulgação da pré-candidatura, das ações políticas desenvolvidas e das que se pretende desenvolver. 5. Há, no entanto, um núcleo mínimo que permaneceu vedado pela legislação eleitoral, até que se inicie oficialmente o período de campanha, qual seja, o ‘pedido explícito de voto’ ou de ‘não voto’ (art. 36-A, caput, da Lei nº 9.504/1997). 6. A controvérsia dos autos cinge-se a verificar se, no seguinte trecho do discurso proferido pelo pré-candidato no referido evento, amplamente veiculado pela

A realização de reuniões e encontros não configura propaganda eleitoral antecipada.

Segundo a Lei das Eleições (art. 36-A da Lei nº 9.504/1997) e a jurisprudência do TSE, a promoção desses eventos é uma conduta expressamente permitida durante a fase de pré-campanha.

A legislação autoriza especificamente duas formatações principais para esses eventos:

Encontros, seminários ou congressos: Podem ser realizados em ambiente fechado e custeados pelos partidos políticos, com o objetivo de tratar da organização dos processos eleitorais, discutir políticas públicas, planos de governo ou formação de alianças partidárias.

Reuniões diversas: Podem ser de iniciativa da sociedade civil, de veículos de comunicação ou do próprio partido político, realizadas em qualquer localidade, com a finalidade de divulgar ideias, objetivos e propostas partidárias.

Contudo, para que essas reuniões e encontros permaneçam amparados pela lei e não se transformem em um ilícito eleitoral, é obrigatório respeitar o núcleo mínimo vedado pela legislação: não pode haver, em nenhuma hipótese, o pedido explícito de voto ou de “não voto”, o que inclui a proibição do uso das “palavras mágicas” para pedir apoio nas urnas.

Além disso, esses encontros não podem se utilizar de formatos proibidos na campanha, como realizar a distribuição de brindes aos presentes ou contratar artistas para animar o evento (o que configuraria um *showmício* vedado).

Internet, é possível evidenciar o ilícito de propaganda eleitoral extemporânea (ID 157874469, p. 1): ‘[...] eu queria pedir para vocês, cada mulher ou cada homem do Piauí que têm disposição de votar em mim, que têm disposição de votar no Wellington, eu queria pedir pra vocês que no dia 02 de outubro vote em mim, vote no Wellington, mas primeiro vote no Rafael, porque ele vai cuidar do povo do Piauí’. 7. O conteúdo impugnado pelos representantes configura, de fato, a prática de propaganda eleitoral antecipada, dada a invasão do núcleo mínimo de vedação legal, consistente na proibição de que, antes do período oficial de campanha, sejam veiculados pedidos explícitos de votos (art. 36-A, caput, da Lei nº 9.504/1997) [...]’ 7. (Ac. de 30/4/2019 no AgR-REspe n. 30614, rel. Min. Og Fernandes.) - Data: 30/04/2019

2.26 Promover prévias (primárias)²⁷

A promoção de prévias partidárias (primárias) não configura propaganda eleitoral antecipada, figurando no rol de condutas expressamente permitidas pela legislação eleitoral durante a pré-campanha.

Os partidos políticos podem realizar essas consultas internas livremente entre seus filiados com o objetivo de buscar orientação, fixar diretrizes e debater a escolha de seus candidatos. Para que a promoção das prévias permaneça lícita, a jurisprudência e a legislação estabelecem os seguintes parâmetros:

- Limitação ao âmbito intrapartidário: É permitida a utilização de faixas, cartazes e até mesmo carros de som nas prévias partidárias, mas com uma condição estrita: a mensagem deve ser dirigida exclusivamente aos filiados, não podendo ultrapassar o âmbito interno do partido.
- Cobertura da mídia: A eventual divulgação dos resultados dessa consulta interna pelos veículos de comunicação não caracteriza, em princípio, propaganda eleitoral antecipada.
- Ausência de pedido explícito de voto: Assim como nas demais condutas de pré-campanha, a promoção das prévias não pode envolver pedido explícito de voto direcionado ao eleitorado em geral.

Entretanto, se a propaganda das prévias for desvirtuada para convidar indistintamente toda a população (extrapolando o público interno de filiados), a Justiça Eleitoral poderá enquadrar o ato como propaganda eleitoral antecipada irregular.

2.27 Iniciar arrecadação prévia de recursos (crowdfunding)²⁸

²⁷ Prévias eleitorais. Pesquisa de opinião interna dos partidos. Realização antes de 5 de julho. Possibilidade. 1. Os partidos políticos podem realizar, entre seus filiados, as chamadas prévias eleitorais, destinadas a buscar orientação e fixar diretrizes, inclusive sobre escolha de candidatos. 2. A eventual divulgação, pelos veículos de comunicação, dos resultados da consulta interna, não caracteriza, em princípio, propaganda eleitoral antecipada.” (Res. nº 20816 na Cta nº 698, de 19.6.2001, rel. Min. Fernando Neves.)

²⁸ Consulta. Financiamento coletivo de campanha. Arrecadação prévia. Termo inicial e forma de divulgação. Observância das regras relacionadas à propaganda na internet. 1. Consulta formulada por Senador da República sobre a forma de divulgação por pré-candidatos do serviço de financiamento coletivo de campanha eleitoral. 2. O Crowdfunding é o termo utilizado para designar o apoio de uma iniciativa por meio da contribuição financeira de um grupo de pessoas. A Lei nº 9.504/1997, com as alterações promovidas pela Lei nº 13.488/2017, passou a admitir essa modalidade de arrecadação para as campanhas eleitorais. 3. O art.

A arrecadação prévia de recursos na modalidade de financiamento coletivo (*crowdfunding*) não configura propaganda eleitoral antecipada, pois é uma conduta expressamente permitida pela legislação eleitoral durante a fase de pré-campanha.

A legislação estabelece que é facultado aos pré-candidatos iniciarem a arrecadação e a divulgação do serviço de financiamento coletivo a partir do dia 15 de maio do ano eleitoral.

Contudo, conforme o entendimento do TSE e na mesma linha das demais condutas de pré-campanha, para que essa arrecadação permaneça lícita, devem ser observadas duas restrições fundamentais:

- Não pode haver pedido explícito de voto: A campanha de divulgação para arrecadar os fundos não pode, em nenhuma hipótese, conter apelo por votos (o que também afasta o uso das "palavras mágicas" que induzam a isso).
- Respeito às regras digitais: As estratégias e os meios utilizados para divulgar o *crowdfunding* devem obedecer rigorosamente às regras aplicáveis à propaganda eleitoral na internet.

Caso o pré-candidato desrespeite essas condições — por exemplo, aproveitando a divulgação da “vaquinha” para pedir votos —, a conduta perde a proteção da lei e passa a ser punida como propaganda eleitoral antecipada ilícita.

2.28 Banners informativos e fotográficos em eventos partidários²⁹

22-A, § 3º, da Lei nº 9.504/1997 e o art. 23, § 4º, da Resolução TSE nº 23.553/2017 estabelecem que ‘desde o dia 15 de maio do ano eleitoral, é facultada aos pré-candidatos a arrecadação prévia de recursos na modalidade’ de financiamento coletivo. 4. Por decorrência lógica, a data em que se autoriza o início de arrecadação constitui o marco para início da divulgação do serviço de crowdfunding eleitoral. Afinal, por sua própria natureza, trata-se de mecanismo de arrecadação que pressupõe a prévia divulgação. A campanha de arrecadação, no entanto, não pode envolver pedido de voto (Lei nº 9.504/1997, art. 36-A, VII) 5. Além dessa limitação de conteúdo, nos termos do art. 23, § 4º, IV, h, da Lei nº 9.504/1997, as estratégias e meios de divulgação devem observar as regras da propaganda eleitoral na internet. 6. Consulta respondida nos seguintes termos: 'A divulgação do serviço de financiamento coletivo de campanha(crowdfunding eleitoral) por pré-candidatos pode se iniciar em 15 de maio do ano eleitoral observando-se: (i) a vedação a pedido de voto; e (ii) as regras relativas à propaganda eleitoral na internet'. (Ac. de 8/5/2018 na CTA n. 060023312, rel. Min. Luís Roberto Barroso.)

²⁹ [...] Propaganda eleitoral antecipada e irregular. Art. 36-A da Lei nº 9.504/97. Ausência dos elementos caracterizadores. Inexistência de pedido explícito de votos. Arts. 37, § 2º, e 39, § 7º, da Lei nº 9.504/97. [...] 1. A ratio essendi subjacente ao art. 36, caput, da Lei das Eleições, que preconiza que a propaganda eleitoral

A exposição de um *banner* publicitário em reuniões de pré-campanha contendo informações sobre o partido, o cargo que será disputado, o nome de urna e uma foto do pré-candidato ao lado de um dirigente estadual do partido não é propaganda irregular. Sem o pedido explícito de votos, o TSE entende que esse conteúdo está protegido pelo direito à liberdade de expressão.

2.29 Carreatas e discursos sem “megaestrutura”³⁰

somente será admitida após 15 de agosto do ano das eleições, é evitar, ou, ao menos, amainar a captação antecipada de votos, visando a não desequilibrar a disputa eleitoral, não vulnerar o postulado da igualdade de chances entre os candidatos e, no limite, não comprometer a própria higidez do prélio eleitoral. Nessa perspectiva, a Lei das Eleições previu, ainda, regras para divulgação da propaganda eleitoral nesse período, como aquelas insculpidas nos arts. 37, 38 e 39. 2. A divulgação de publicidade de caráter eleitoral ocorrida antes de 15 de agosto é tratada pelo legislador como propaganda eleitoral antecipada/extemporânea, cujo conceito foi amainado na minirreforma eleitoral introduzida pela Lei nº 13.165/2015, de modo que, nos termos do art. 36-A da Lei nº 9.504/97, ‘não configuram propaganda eleitoral antecipada, desde que não envolvam pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos e os seguintes atos, que poderão ter cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via internet’. 3. A propaganda eleitoral extemporânea caracteriza-se somente quando há o pedido explícito de votos, nos termos do art. 36-A da Lei nº 9.504/97 [...] 4. A publicidade veiculada antes de 15 de agosto do ano das eleições, com referências a pleito eleitoral ou a eventual candidato, que nem sequer caracteriza propaganda eleitoral extemporânea não se sujeita, por consectário, aos regramentos para divulgação de propaganda eleitoral dispostos na Lei nº 9.504/97. 5. In casu : a) das premissas constantes do aresto regional, não se verificam elementos capazes de configurar a realização de propaganda eleitoral extemporânea por meio de banner, notadamente porque não houve pedido explícito de votos no teor da mensagem divulgada no artefato publicitário, mas somente informações sobre o partido, o cargo a ser disputado e o nome de urna do candidato e foto ao lado do presidente estadual do PHS, conteúdo que está albergado pelas liberdades de expressão e informação, que ostentam uma posição preferencial (preferred position) dentro do arquétipo constitucional das liberdades. b) considerando que não ficou evidenciada a propaganda eleitoral antecipada por meio do artefato publicitário, não incide, por corolário, a norma proibitiva prevista no art. 37, § 2º, da Lei nº 9.504/97. c) no tocante ao evento realizado no hotel Serra Palace, em 8.7.2016, igualmente, não há falar em veiculação de propaganda antecipada ou irregular. Isso porque se extrai do aresto regional que houve apresentação de artista para animar a reunião eleitoral ocorrida no hotel para divulgação da pré-candidatura do ora Agravado, sem constar, todavia, qualquer evidência acerca da existência de elementos configuradores de propaganda eleitoral antecipada (i.e. pedido explícito de voto) [...]”. (Ac. de 5.12.2017 no REspe nº 25603, rel. Min. Luiz Fux.)

³⁰ [...] Eleições 2018. Representação. Propaganda eleitoral antecipada. Carreata. Discurso público. Ausência de pedido explícito de voto [...] Reconhecido o caráter eleitoral da propaganda, devem-se observar três parâmetros alternativos para concluir pela existência de propaganda eleitoral antecipada ilícita: (i) a presença de pedido explícito de voto; (ii) a utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda; ou (iii) a violação ao princípio da igualdade de oportunidades entre os candidatos. 4. No caso, o Tribunal de origem concluiu que: (i) foram realizados em 05.08.2018 carreata e discurso público sem controle de entrada e saída de populares; (ii) os candidatos tinham inequívoco conhecimento dos eventos, conforme divulgação em rede social; e (iii) houve ‘menção à pretensa candidatura e exaltação das qualidades pessoais’. 5. Não se extrai do acórdão a existência de pedido explícito de voto, nem é possível concluir que o evento atingiu grandes dimensões, tampouco que houve alto dispêndio de recursos na sua realização, ao ponto de desequilibrar a disputa. Ademais, os meios relacionados, quais sejam, carreata, discurso e divulgação em mídia social, não são vedados em período de campanha. 6. Ante a ausência de: (i) pedido explícito de votos; (ii) utilização de meios proscritos; e (iii) mácula ao princípio da igualdade de oportunidades, não se verifica a configuração de propaganda eleitoral antecipada nos termos do art. 36-A da Lei nº 9.504/1997 [...]”. (Ac. de 29.04.2021 no AgR-AI nº 060080586, rel. Min. Luís Roberto Barroso.)

A realização de carreatas seguidas de discurso público não configura o ilícito se não houver pedido explícito de voto, não houver uso de meios proscritos (como distribuição de brindes) e o evento não assumir proporções financeiras gigantescas capazes de quebrar a igualdade de oportunidades entre os pré-candidatos.

3. CONDUTAS QUE CARACTERIZAM PROPAGANDA ANTECIPADA

PALAVRAS MÁGICAS E MEIOS PRESCRITOS

3.1 Uso de “Palavras Mágicas” (Pedido Explícito de Voto ou Não Voto)³¹

A Justiça Eleitoral entende que o pedido explícito não se limita à frase literal “vote em mim”. A propaganda eleitoral antecipada pode ser reconhecida mesmo sem pedido explícito, se o conjunto de atos revelar finalidade inequívoca de captação de sufrágio. A veiculação de **expressões com carga semântica equivalente** ao pedido de voto, as chamadas “palavras mágicas”, também configura o ilícito.

Exemplos já punidos, quando atreladas à divulgação da pré-candidatura, incluem expressões em redes sociais como:

³¹ Eleições 2024. [...] Propaganda eleitoral antecipada. Utilização de expressões com carga semântica equivalente a pedido explícito de voto. Redes sociais. Violação ao art. 36 da Lei n. 9.504/1997. [...] 4. Ao contrário do que defende a agravante, a jurisprudência desta Corte é firme no sentido de que o pedido explícito de voto pode se configurar pela veiculação de expressões que, apesar que não conter a frase ‘vote em mim’, compreende o conteúdo semântico similar, a teor do disposto no art. 3º-A da Res.-TSE n. 23.610, incluído pela Res.-TSE n. 23.732 [...]. 5. A orientação predominante nesta Corte Superior reconhece a configuração de propaganda eleitoral extemporânea irregular quando se tem, cumulativamente ou não, a presença dos seguintes elementos: i) referência direta ao pleito vindouro ou ao cargo em disputa; ii) pedido explícito de voto, de não voto ou o uso de palavras mágicas para esse fim; iii) realização por forma vedada de propaganda eleitoral no período permitido; e iv) violação à paridade de armas entre os possíveis concorrentes. 6. No caso, as frases ‘juntos, podemos construir um futuro melhor!’, ‘a mudança começa agora, e ela depende de todos nós’ e ‘vamos fazer a diferença!’ fazem referência direta ao cargo em disputa - pois se tratava de apresentação da pré-candidatura ao cargo de prefeito pela agravante e de postulantes ao cargo de vereador - e têm o nítido intuito de conquistar votos dos eleitores para a então pré-candidata, configurando carga semântica equivalente a pedido explícito de voto. 7. Em julgado deste Tribunal, ficou assentado que: ‘Evidenciados a referência expressa ao pleito e o pedido de apoio para obter vitória nas urnas, afasta-se a caracterização do simples apoio político, pois incontestável a vinculação do referido pedido no contexto das eleições’ [...] 8. A decisão agravada está em harmonia com a jurisprudência deste Tribunal Superior, [...], pois as expressões pronunciadas na divulgação das respectivas pré-candidaturas aos cargos de prefeito e de vereador, disponibilizadas na rede social Instagram, correspondem às denominadas palavras mágicas, dada a sua carga semântica equivalente a pedido explícito de voto. [...]” [https://sjur-servicos.tse.jus.br/sjur-servicos/rest/download/pdf/3465034] (Ac. de 25/9/2025 no AgR-REspEl n. 060056145, rel. Min. Floriano de Azevedo Marques.)

Expressões com carga semântica de pedido de voto (Propaganda Positiva):

- Juntos, podemos construir um futuro melhor!
- A mudança começa agora, e ela depende de todos nós
- Vamos fazer a diferença!
- Apoie
- Eleja ou Eleja
- Vote
- Tecle a urna
- Juntos, podemos construir um futuro melhor!
- A mudança começa agora.
- Vamos fazer a diferença!",

Expressões com carga semântica de pedido de não voto (Propaganda Negativa):

"Derrote"

"Não eleja"

"Não vote"

3.2 Utilização de Meios Proscritos (Proibidos)

A realização de atos de pré-campanha utilizando formatos que são proibidos até mesmo durante o período eleitoral oficial caracteriza propaganda antecipada, independentemente de haver ou não o pedido explícito de voto. Enquadram-se nesta hipótese:

- **Outdoors e efeitos visuais equivalentes³²:** O uso de outdoors físicos ou a plotagem de veículos (como ônibus e trólebus elétricos) em proporções que gerem impacto de outdoor contendo a associação de imagem, nome, nome do partido e uma logomarca típica de campanha, demonstrando a intenção de convencer o eleitor de que o pretendo candidato está apto para a função pública³³.

³² Eleições 2024. [...] Propaganda eleitoral antecipada. Meio proscrito. Outdoor. [...] 4. O entendimento do acórdão regional está alinhado à jurisprudência desta Corte Superior de que “[...] ‘a realização de atos de pré-campanha por meio de outdoors importa em ofensa ao art. 39, § 8º, da Lei n. 9.504/97 e desafia a imposição da multa, independentemente da existência de pedido explícito de voto’ [...]” (Ac. de 10/6/2025 no AgR-AREspE n. 060004050, rel. Min. André Mendonça.)

³³ [...] Propaganda eleitoral extemporânea. [...] Matérias veiculadas em outdoor. Cunha eleitoral. [...] 1. A ratio essendi subjacente à vedação do art. 36, caput, da Lei das Eleições, que preconiza que a propaganda eleitoral somente será admitida após 5 de julho do ano das eleições, é evitar, ou, ao menos, amainar a captação

- **Letreiros luminosos³⁴**: A divulgação de mensagem eletrônica com o nome do pré-candidato em letreiros luminosos que gerem o efeito visual de outdoor.
- **Ônibus adesivados em prestação de serviços³⁵**: A adesivação de um ônibus com a imagem e o slogan de campanha do pré-candidato, circulando por bairros para realizar atendimento de pessoas, caracterizando o efeito visual de outdoor e o uso de forma proscrita

antecipada de votos, o que poderia desequilibrar a disputa eleitoral, vulnerar o postulado da igualdade de chances entre os candidatos e, no limite, comprometer a própria higidez do prélio eleitoral. 2. A configuração da propaganda eleitoral extemporânea exige que seja levado ao conhecimento do público em geral referência à pretensa candidatura ou a pedido de votos. 3. In casu, a decisão regional asseverou que ‘a orientação jurisprudencial do TSE indica que [...]’. A fim de verificar a existência de propaganda subliminar, com propósito eleitoral, não deve ser observado tão-somente o texto dessa propaganda, mas também outras circunstâncias, tais como imagens, fotografias, meios, número e alcance da divulgação. [...]’. Portanto, a associação de imagem, nome, logomarca típica de campanha e nome do partido não deixa margem que permita afastar a ‘veiculação, ainda que de forma dissimulada, de uma candidatura ou da intenção de se candidatar’[...] e que ‘é possível a configuração de propaganda eleitoral extemporânea subliminar, quando seus mais variados elementos demonstram a intenção do pretense candidato de convencer o eleitor de que ele está apto ao exercício da função pública’ [...]’ (Ac. de 21.05.2015 no AgR-AI nº 7112, rel. Min. Luiz Fux.)

³⁴ Representação por propaganda extemporânea. Mensagem em letreiro luminoso. Efeito de outdoor. Configuração do ilícito. Uso de meio proscrito. 1. O Tribunal de origem entendeu que a divulgação de mensagem eletrônica com o nome de pré-candidato em letreiro luminoso não configura propaganda eleitoral antecipada, nos termos do art. 36-A, caput e § 2º, da Lei 9.504/97. 2. Este Tribunal Superior, ao analisar o Agravo Regimental no Agravo de Instrumento nº 9-24/SP, rel. Ministro Tarcisio Vieira de Carvalho, fixou alguns critérios para identificação de observância dos limites legais para a propaganda no período pré-eleitoral, a saber: (a) ‘o pedido explícito de votos, entendido em termos estritos, caracteriza a realização de propaganda antecipada irregular, independentemente da forma utilizada ou da existência de dispêndio de recursos’; (b) ‘os atos publicitários não eleitorais, assim entendidos aqueles sem qualquer conteúdo direta ou indiretamente relacionados com a disputa, consistem em ‘indiferentes eleitorais’, situando-se, portanto, fora da alçada desta Justiça Especializada’; (c) ‘o uso de elementos classicamente reconhecidos como caracterizadores de propaganda, desacompanhado de pedido explícito e direto de votos, não enseja irregularidade per se’; e (d) ‘todavia, a opção pela exaltação de qualidades próprias para o exercício de mandato, assim como a divulgação de plataformas de campanha ou planos de governo acarreta, sobretudo, quando a forma de manifestação possua uma expressão econômica minimamente relevante, os seguintes ônus e exigências: (i) impossibilidade de utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda (outdoor, brindes, etc); e (ii) respeito ao alcance das possibilidades do pré-candidato médio’. 3. À luz dos critérios fixados por este Tribunal quando do exame Agravo Regimental no Agravo de Instrumento nº 9-24/SP, a realização de propaganda, quando desacompanhada de pedido explícito e direto de votos, não enseja irregularidade per se. Todavia, resta caracterizado o ilícito eleitoral quando o veículo de manifestação se dá pela utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda, como se depreende no caso ora analisado, cujo meio utilizado consistiu em letreiro luminoso, com efeito de outdoor [...]’ (Ac. de 9.4.19 no AgR-REspe nº 060033730, rel. Min. Admar Gonzaga.)

³⁵ [...] Eleições 2022 [...] Propaganda antecipada irregular. Pré-candidato. Deputado estadual. Ônibus. Adesivo. Efeito visual de outdoor. Mensagem de cunho eleitoral. Ilícito configurado [...] 3. Consoante o art. 37, § 2º, II, da Lei 9.504/97, permite-se propaganda eleitoral mediante ‘adesivo plástico em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, desde que não exceda a 0,5 m² (meio metro quadrado)’ [...] 5. No caso, extrai-se da moldura fática do aresto a quo que o agravante, antes do período permitido para a propaganda, adesivou ônibus com sua imagem e slogan de campanha e que o veículo ‘com efeito visual de outdoor, circulava por vários bairros, realizando o atendimento de pessoas’. 6. Nesse contexto, é indene de dúvidas que a mensagem veiculada por meio dos adesivos possui conteúdo eleitoral, pois, apesar de inexistir pedido explícito de votos, está relacionada com o pleito. Ademais, verifica-se a utilização de forma proscrita durante o período de campanha apta a caracterizar a propaganda extemporânea irregular [...]’ (Ac. de 26.10.2023 no AgR-REspEl 060002942, rel. Min. Benedito Gonçalves.)

- **Showmícios³⁶**: A realização de eventos assemelhados a showmícios, com apresentação de artistas e músicos para animar o ato de pré-campanha.
- **Livemício³⁷**: Consistem na promoção de pré-candidaturas utilizando shows artísticos transmitidos ao vivo em plataformas digitais na internet.
- **Placas justapostas³⁸**: Ainda que respeitem os limites individuais, utilizadas em centros comunitários ou trios elétricos durante eventos de pré-campanha (como festas religiosas)

³⁶ Eleições 2024. [...] Propaganda eleitoral antecipada. Utilização de meio proscrito. Evento assemelhado a showmício. [...] Há duas questões em debate: [...] (b) se a realização de evento de pré-campanha com apresentação musical configura propaganda eleitoral antecipada passível de multa, mesmo sem pedido explícito de voto. [...] Configura propaganda eleitoral antecipada a veiculação de conteúdo eleitoral por meio, forma ou instrumento proscrito no período de campanha, independentemente da existência de pedido explícito de voto, nos termos do art. 3º-A da Res.-TSE n. 23.610/2019. A realização de showmício ou evento assemelhado, com apresentação de artista para animar ato de précampanha, constitui meio proscrito de propaganda, expressamente vedado pelo art. 39, § 7º, da Lei n. 9.504 /1997. [...]” (Ac. de 10/4/2025 no AgR-REspEI n. 060004034, rel. Min. Antonio Carlos Ferreira .)

³⁷ Eleições 2022. Presidente. Abuso de poder político. Uso indevido de meios de comunicação. Ato de campanha. Participação de artistas, intelectuais e lideranças políticas. Transmissão pela internet . Retransmissão livre. Liberdade de manifestação e engajamento político. Licitude. Jingles executados ao vivo. Questão limítrofe. Prudente inibição de eventuais danos ao processo eleitoral. [...] 12. Esta Corte tem entendimento no sentido de que ‘a utilização de forma reiterada de showmício e eventos assemelhados como meio de divulgação de candidaturas, com intuito de captação de votos, é grave e caracteriza abuso do poder econômico’ [...] 13. Também, já foi assinalado que a proibição se estende aos livemícios, em que a promoção a candidaturas se utiliza de shows realizados em plataformas digitais [...] 14. As restrições, contudo, não alcançam a liberdade de engajamento político da classe artística, já havendo o STF fixado que tais pessoas podem manifestar ‘seu posicionamento político em seus shows ou em suas apresentações’ (ADI 5970, Rel. Min. Dias Toffoli, DJE de 08/03/2022). 15. No precedente, o STF avaliou a correlação entre a animação artística e a finalidade do evento. Um show não pode ser usado para incentivar a conquista de votos (showmício), mas pode ser usado para incentivar doações (evento de arrecadação). Porém, há um elemento que permanece intangível: a liberdade da pessoa artista para manifestar sua opinião política, em moldes idênticos ao de qualquer outra cidadã ou cidadão. [...] 20. No que diz respeito à apresentação de artistas, nos comícios, para executar, ao vivo, jingles da campanha, entendo estar-se diante de questão inédita. 21. Até o momento, a jurisprudência partiu de premissas fáticas em que artistas executam seu repertório comercial, entregando entretenimento ao público que, por vias transversas, seria levado a ser exposto à mensagem política. No caso de jingles , tem-se música elaborada com o propósito de promover uma candidatura, sendo certo que, conforme a época e o público visado, as campanhas procurarão explorar estilos em voga. 22. Cumprirá à Corte, após a instrução do feito em contraditório, avaliar se, em caso de apresentação ao vivo, a execução de jingle adquire os mesmos contornos da execução de repertório comercial, sendo por isso vedada; ou se consiste em variável da manifestação de apoio político, abrangida pela liberdade de expressão. 23. Sem que seja preciso fixar entendimento por qualquer das duas vertentes de entendimento, mostra-se prudente, considerando-se a iminência do pleito, restringir, na propaganda eleitoral, a exploração dos momentos do ato de 26/09/2022 no Anhembi, em que artistas executaram jingle s ao vivo. Isso porque, tendo em vista a magnitude da estrutura montada e o ineditismo do tema, os trechos das performances musicais, ainda que não contemplem repertório comercial, podem produzir efeitos anti-isonômicos que devem ser inibidos na disputa eleitoral [...]” (Ac. de 29.9.2022 no Ref-AIJE nº 060127120, rel. Min. Benedito Gonçalves.)

³⁸ Eleições 2024. [...] Propaganda eleitoral extemporânea. Art. 3º-A da Res.-TSE n. 23.610/2019. Confecção de camisetas, bonés e adesivos com arte de pré-campanha. Distribuição e uso massivo em festa religiosa com uso de trio elétrico. Bem público. Uso de outdoor. Veiculação em rede social. Formas e meios proscritos. Configuração. [...] 1. Na origem, a Corte regional manteve condenação por suposta propaganda eleitoral extemporânea, nos termos do art. 3º-A da Res.-TSE n. 23.610/2019, devido à veiculação, durante festa religiosa, de propaganda de conteúdo eleitoral em bonés e camisetas, outdoors, com o uso de trio elétrico e bens públicos (centros comunitários). [...] No caso, a partir do contexto fático descrito no aresto regional, ficou constatado que as placas utilizadas, tanto no interior do centro comunitário, como em trio elétrico, excederam o limite imposto pelo art. 37, § 1º, II, da Lei n. 9.504/1997, assemelhando-se a outdoor, cuja

PEDIDO DE NÃO VOTO

3.3 O pedido explícito de não voto (propaganda antecipada negativa)

Assim como ocorre no pedido de voto, a Justiça Eleitoral entende que o pedido explícito de não voto não exige a utilização da frase literal “não vote”. Ele pode ser perfeitamente configurado pelo uso de expressões análogas e de “palavras mágicas” que possuam uma carga semântica equivalente de rejeição ao candidato, conforme tratado acima.

O TSE Já puniu como pedido de não voto antecipado:

- **Discursos em bens de acesso restrito³⁹:** O discurso proferido por um vereador na Tribuna da Câmara Municipal contendo pedido explícito de não voto contra um adversário atrai a aplicação de multa, uma vez que a imunidade parlamentar não acoberta atos de campanha eleitoral.

vedação está prescrita no art. 39, § 8º, inclusive no transcurso da campanha eleitoral. [...] 5. A conclusão do Tribunal a quo encontra-se em conformidade com o entendimento desta Corte, que é firme no sentido de que há propaganda eleitoral extemporânea irregular quando se tem violação à paridade de armas entre os possíveis concorrentes, como ocorreu no caso em tela. Precedente. [...]” (Ac. de 25/2/2025 no AgR-AREspE n. 060006406, rel. Min. Antonio Carlos Ferreira.)

³⁹ Eleições 2024. [...] Propaganda antecipada negativa. Discurso levado a efeito por vereador na Tribuna da Câmara Municipal. Pedido explícito de não voto. Procedência. Aplicação de multa. Imunidade parlamentar. Não incidência aos atos de campanha, inclusive extemporâneos. Precedentes. [...] 1. Em matéria de propaganda eleitoral, é da jurisprudência desta Corte Superior que ‘descabe afastar a prática ilícita com base na alegada imunidade parlamentar do agravante, que, ao tempo dos fatos, ocupava o cargo de vereador, visto que essa garantia constitucional abarca apenas os fatos cometidos em razão do mandato, e não aqueles relacionados à campanha eleitoral. Art. 29, VIII, da CF/1988 e precedentes do c. Superior Tribunal de Justiça sobre o tema’ [...]” (Ac. de 4/8/2025 no AgR-REspEI n. 060003669, rel. Min. André Mendonça.)

- **Uso de expressões equivalentes em Rádio/TV⁴⁰:** Emissões em programa de rádio com dizeres como *"não podemos permitir que pessoas do nível de [Nome do adversário] [...] estejam envolvidas no poder, né?"* e *"não entregar o município nas mãos de arcaicos, de antigos, de sugadores"*, configurando expressões análogas ao pedido explícito de não voto.
- **Compartilhamento de mídias negativas em redes sociais⁴¹:** A divulgação antecipada de vídeos manipulados ou com imagens de conteúdo crítico sobrepostas ao *jingle* de um pré-candidato adversário, contendo exortações ao usuário do tipo *"combata a ignorância, compartilhe o vídeo"*, o que o Tribunal ajusta à ideia de "pedido de não voto a destempo".

⁴⁰ Eleições 2020 [...] Emissora de rádio. Período posterior às convenções partidárias. Art. 45, III e IV, da Lei nº 9.504/1997. Tratamento privilegiado a candidato. Pedido negativo de voto nas candidaturas adversárias. Liberdade de imprensa e de informação. Extrapolação. Harmonia do acórdão regional com a jurisprudência desta corte. [...] 1. Na origem, foi ajuizada representação, fundada no art. 45 da Lei nº 9.504/1997, por meio da qual foi alegado que, no período posterior às convenções partidárias, a emissora de rádio estaria dando tratamento privilegiado à então prefeita e candidata à reeleição. 2. No período posterior ao encerramento do prazo para a realização das convenções partidárias, as emissoras de rádio e televisão, por serem objeto de outorga do Poder Público, têm dever de imparcialidade, não podendo, portanto, nos termos do art. 45, III e IV, da Lei nº 9.504/1997, 'veicular propaganda política', ou 'dar tratamento privilegiado a candidato, partido ou coligação'. 3. De acordo com a jurisprudência do TSE, estar-se-á diante de uma conduta vedada pelo art. 45 da Lei nº 9.504/1997 quando a crítica ou matéria jornalísticas venham a descambar para a propaganda política, passando nitidamente a favorecer uma das partes na disputa eleitoral, o que deve ser avaliado em cada caso concreto. Precedente. 4. A propaganda eleitoral se caracteriza pela natureza eleitoral da manifestação somada à presença de pedido expresso de voto ou de não voto, os quais podem ficar caracterizados pelo uso de expressões análogas e semanticamente equivalentes. Precedentes. 5. Na hipótese dos autos, o Tribunal de origem verificou o tratamento privilegiado à candidatura da então prefeita nos elogios tecidos à sua gestão e na comparação com a administração de adversários políticos. Identificou, ademais, a existência do uso de expressões análogas ao pedido explícito de não voto nos dizeres 'não podemos permitir que pessoas do nível de Valmir e de Jerônimo, que essas pessoas estejam envolvidas no poder, né?' e 'e exercer a democracia, democracia não é voltar ao passado deixa eu dizer logo, não entregar o município nas mãos de arcaicos, de antigos, de sugadores'. 6. As conclusões do aresto regional de que, no caso concreto, os limites da liberdade de informação e de expressão foram ultrapassados se encontram em harmonia com a jurisprudência desta Corte [...] (Ac. de 28.4.2022 no AgR-REspEl nº 060035874, rel. Min. Mauro Campbell Marques.)

⁴¹ Recurso em representação por propaganda antecipada negativa – divulgação, em mídias sociais, de vídeo com conhecido jingle de campanha de pré-candidato à presidência da república, com a sobreposição de falas e imagens de conteúdo crítico e negativo [...] 4. Ainda que o pedido explícito de voto possa ser extraído de outras palavras, as chamadas "palavras mágicas", como "vote", "eleja", "tecle a urna", ou "derrote", "não eleja", "não vote", a interpretação do que deve ser entendido como pedido explícito de voto, para fins de incidência da vedação legal, não pode esvaziar a literalidade dos inúmeros comportamentos expressamente permitidos durante a pré-campanha pelo art. 36-A da Lei nº 9.504/97, cuja interpretação deve se dar de forma sempre maximizadora, sob pena de criação de um modelo eleitoral em que o prazo oficial de campanha é excessivamente curto e no qual não há margem razoável de apresentação de futuros postulantes em período anterior, com claro comprometimento da competitividade eleitoral e da renovação política.[...] 6. O compartilhamento de mídia cujo conteúdo é de clara propaganda eleitoral negativa ainda em abril do ano eleitoral, sob a suposta alegação de se tratar do "jingle de campanha" de pré-candidato adversário, com a exortação para que seja visto e compartilhado, bem assim com o apelo ao usuário para que "combata a ignorância, compartilhe o vídeo", tudo isso ainda em momento distante do início da disputa, ajustam-se à ideia de pedido de não voto a destempo, tal como definido pelo Plenário desta Casa para as eleições de 2022, até porque as falas ali exploradas, com poucas alterações, fizeram parte dos programas oficiais de rádio e de televisão durante a fase oficial de campanha [...] (Ac. de 19/12/2022 na Rec-Rp n. 060030120, rel. Min. Maria Claudia Bucchianeri.)

3.4 Desinformação e ofensas pessoais em publicação na internet (propaganda negativa antecipada)⁴²

A publicação na internet de fatos sabidamente inverídicos (fake news) ou gravemente descontextualizados que ofendam a honra e a imagem de um pré-candidato, associando-o, por exemplo, ao uso de drogas, constitui propaganda eleitoral antecipada negativa. Da mesma forma, o uso de redes sociais para compartilhar e impulsionar vídeos com sobreposição de imagens críticas ao “jingle” de um pré-candidato adversário no início do ano eleitoral.

ATIVIDADES GOVERNAMENTAIS

3.5 Desvirtuamento de pronunciamentos oficiais (Cadeia de rádio e TV)⁴³

⁴² Recurso em representação por propaganda antecipada negativa – divulgação, em mídias sociais, de vídeo com conhecido jingle de campanha de pré-candidato à presidência da república, com a sobreposição de falas e imagens de conteúdo crítico e negativo [...] 4. Ainda que o pedido explícito de voto possa ser extraído de outras palavras, as chamadas "palavras mágicas", como "vote", "eleja", "tecle a urna", ou "derrote", "não eleja", "não vote", a interpretação do que deve ser entendido como pedido explícito de voto, para fins de incidência da vedação legal, não pode esvaziar a literalidade dos inúmeros comportamentos expressamente permitidos durante a pré-campanha pelo art. 36-A da Lei nº 9.504/97, cuja interpretação deve se dar de forma sempre maximizadora, sob pena de criação de um modelo eleitoral em que o prazo oficial de campanha é excessivamente curto e no qual não há margem razoável de apresentação de futuros postulantes em período anterior, com claro comprometimento da competitividade eleitoral e da renovação política.[...] 6. O compartilhamento de mídia cujo conteúdo é de clara propaganda eleitoral negativa ainda em abril do ano eleitoral, sob a suposta alegação de se tratar do "jingle de campanha" de pré-candidato adversário, com a exortação para que seja visto e compartilhado, bem assim com o apelo ao usuário para que "combata a ignorância, compartilhe o vídeo", tudo isso ainda em momento distante do início da disputa, ajustam-se à ideia de pedido de não voto a destempo, tal como definido pelo Plenário desta Casa para as eleições de 2022, até porque as falas ali exploradas, com poucas alterações, fizeram parte dos programas oficiais de rádio e de televisão durante a fase oficial de campanha [...]” (Ac. de 19/12/2022 na Rec-Rp n. 060030120, rel. Min. Maria Claudia Buchianeri.)

⁴³ Eleições 2014 [...] Propaganda eleitoral antecipada. Pronunciamento da presidente da república em cadeia de rádio e TV. Dia do trabalhador. [...] 2. A convocação de cadeia de rádio e televisão pela Presidência da República constitui legítima manifestação do princípio da publicidade dos atos da administração pública federal, desde que observada a necessária vinculação do pronunciamento a temas de interesse público - como decorrência lógica do princípio da impessoalidade - e desde que observadas as balizas definidas no art. 87 do Decreto nº 52.795/1963, com a redação dada pelo Decreto nº 84.181/1979, segundo o qual, ‘na preservação da ordem pública e da segurança nacional ou no interesse da Administração, as emissoras de radiodifusão poderão ser convocadas para, gratuitamente, formarem ou integrarem redes, visando à divulgação de assuntos de relevante importância’. 3. Não se pode admitir que a mandatária maior da nação faça distinção entre brasileiros para os tratar em termos de nós - os que apoiam o seu governo - e eles - aqueles que não apoiam o governo -, neste caso fazendo referência explícita a críticas e escândalos veiculados pela oposição e divulgados amplamente na imprensa; tampouco, faça da convocação ferramenta de propaganda eleitoral antecipada. 4. Enquanto a propaganda partidária é canal de aproximação entre partidos e eleitores, disponível a todas as agremiações registradas no Tribunal Superior Eleitoral, a convocação de cadeia de rádio e televisão é ferramenta de acesso restrito, cuja utilização com contornos eleitorais pela Presidente da República acarreta inequívoca violação ao princípio da igualdade de chances entre os contendores - partidos políticos -, entendido assim como a necessária concorrência livre e equilibrada entre os partícipes da vida política, sem o qual acaba por comprometer a própria essência do

Uso do espaço em cadeia nacional pelo Chefe do Executivo para atacar a oposição e dividir o eleitorado, fugindo da finalidade de publicidade institucional, foi entendido pelo TSE como campanha antecipada.

3.6 Pronunciamento Oficial com caráter de divisão eleitoral (Ex: Dia do Trabalhador)⁴⁴:

O TSE puniu com multa máxima o uso da cadeia nacional de rádio e TV pela Presidência da República no Dia do Trabalhador para realizar discursos que dividiram a população entre “nós” (os que apoiam o governo) e “eles” (os opositores), rebatendo críticas da oposição. O Tribunal entendeu que usar essa ferramenta de acesso restrito (disponível apenas aos governantes) com contornos eleitorais fere gravemente a igualdade de chances e configura propaganda antecipada abusiva.

3.7 Uso da Tribuna Parlamentar para Pedido de Não Voto⁴⁵

processo democrático. 5. A Justiça Eleitoral deve atuar com bastante rigor quando a antecipação de campanha é realizada por meio de ferramentas de grande alcance e disponíveis apenas aos detentores de mandato eletivo, como ocorre na publicidade institucional e na convocação de cadeia de rádio e televisão. 6. Pedido julgado procedente para fixar a multa no valor máximo.” NE: Trecho do voto-vista: “Considerando a gravidade da conduta e o alcance do pronunciamento (cadeia nacional de rádio e televisão), fixo a multa no valor máximo, nos termos do art. 36, § 3º, da Lei nº 9.504/1997.”

⁴⁴ Eleições 2014 [...] Propaganda eleitoral antecipada. Pronunciamento da presidente da república em cadeia de rádio e TV. Dia do trabalhador. [...] 2. A convocação de cadeia de rádio e televisão pela Presidência da República constitui legítima manifestação do princípio da publicidade dos atos da administração pública federal, desde que observada a necessária vinculação do pronunciamento a temas de interesse público - como decorrência lógica do princípio da impessoalidade - e desde que observadas as balizas definidas no art. 87 do Decreto nº 52.795/1963, com a redação dada pelo Decreto nº 84.181/1979, segundo o qual, ‘na preservação da ordem pública e da segurança nacional ou no interesse da Administração, as emissoras de radiodifusão poderão ser convocadas para, gratuitamente, formarem ou integrarem redes, visando à divulgação de assuntos de relevante importância’. 3. Não se pode admitir que a mandatária maior da nação faça distinção entre brasileiros para os tratar em termos de nós - os que apoiam o seu governo - e eles - aqueles que não apoiam o governo -, neste caso fazendo referência explícita a críticas e escândalos veiculados pela oposição e divulgados amplamente na imprensa; tampouco, faça da convocação ferramenta de propaganda eleitoral antecipada. 4. Enquanto a propaganda partidária é canal de aproximação entre partidos e eleitores, disponível a todas as agremiações registradas no Tribunal Superior Eleitoral, a convocação de cadeia de rádio e televisão é ferramenta de acesso restrito, cuja utilização com contornos eleitorais pela Presidente da República acarreta inequívoca violação ao princípio da igualdade de chances entre os contendores - partidos políticos -, entendido assim como a necessária concorrência livre e equilibrada entre os partícipes da vida política, sem o qual acaba por comprometer a própria essência do processo democrático. 5. A Justiça Eleitoral deve atuar com bastante rigor quando a antecipação de campanha é realizada por meio de ferramentas de grande alcance e disponíveis apenas aos detentores de mandato eletivo, como ocorre na publicidade institucional e na convocação de cadeia de rádio e televisão. 6. Pedido julgado procedente para fixar a multa no valor máximo.” NE: Trecho do voto-vista: “Considerando a gravidade da conduta e o alcance do pronunciamento (cadeia nacional de rádio e televisão), fixo a multa no valor máximo, nos termos do art. 36, § 3º, da Lei nº 9.504/1997.”

⁴⁵ Eleições 2024. [...] Propaganda antecipada negativa. Discurso levado a efeito por vereador na Tribuna da Câmara Municipal. Pedido explícito de não voto. Procedência. Aplicação de multa. Imunidade parlamentar.

O TSE entendeu que a imunidade parlamentar não acoberta atos de campanha eleitoral extemporâneos. Assim, o discurso proferido por um vereador ou deputado na tribuna da Casa Legislativa que contenha pedido explícito de “não voto” contra um adversário político configura propaganda eleitoral antecipada negativa, sujeitando o parlamentar a multa.

3.8 Cartilhas Governamentais Comparativas (Catecismo de Eleitores)⁴⁶

A publicação e distribuição de cartilhas pelo governo em ano eleitoral contendo louvores às realizações da gestão atual, desacompanhadas de caráter educativo ou informativo, e repletas de dados comparativos com a administração anterior foi considerada pelo TSE que esse tipo de documento atua como um “catecismo de eleitores”, violando a impessoalidade e configurando propaganda antecipada proibida.

3.9 Mensagem Comemorativa Disfarçada (Ex: Aniversário de Município)⁴⁷

Embora as mensagens de congratulação sejam permitidas, o TSE julgou como propaganda extemporânea disfarçada a publicação de “homenagens” pelo aniversário de uma

Não incidência aos atos de campanha, inclusive extemporâneos. Precedentes. [...] 1. Em matéria de propaganda eleitoral, é da jurisprudência desta Corte Superior que ‘descabe afastar a prática ilícita com base na alegada imunidade parlamentar do agravante, que, ao tempo dos fatos, ocupava o cargo de vereador, visto que essa garantia constitucional abarca apenas os fatos cometidos em razão do mandato, e não aqueles relacionados à campanha eleitoral. Art. 29, VIII, da CF/1988 e precedentes do c. Superior Tribunal de Justiça sobre o tema’ [...]” (Ac. de 4/8/2025 no AgR-REspEI n. 060003669, rel. Min. André Mendonça.)

⁴⁶ Propaganda extemporânea. Finalidade eleitoral. 1. Cartilha publicada em janeiro de 2006 contendo louvores às realizações do Governo Federal, sem objetivo de orientação educacional, informação ou comunicação social. 2. Extrapolação potencializada do art. 37, § 1º, da CF. 3. Princípios da legalidade e da moralidade violados. 4. Intensa publicidade do Governo Federal com dados comparativos referentes às realizações da Administração anterior. 5. Documento que, em ano de eleição, se reveste de verdadeiro catecismo de eleitores aos feitos do Governo Federal. [...] 7. Proibição de distribuição da referida propaganda (art. 36 da Lei nº 9.504/97). [...]” (Ac. de 17.8.2006 na Rp nº 875, rel. Min. José Delgado.)

⁴⁷ Trecho do acórdão do tribunal a quo, confirmado pelo relator: “No caso presente, [...] a publicidade noticiada cuida de congratulação pela passagem do aniversário de Teresina, contendo o nome do Senador da República [...], como politicamente é conhecido; fotografias correspondentes a diversas obras públicas e programas sociais [...] e mensagem lhe atribuindo a responsabilidade pela disponibilização de considerável quantia ao Estado do Piauí [...]. Tenho que o aparato publicitário ora questionado encerra nítido cunho eleitoral. É patente a pretensão de se divulgar à população da capital o nome político do Senador [...], notório candidato no pleito que se avizinha, em evidente correlação às significativas obras públicas e programas sociais citados, levando-se a crer que é diretamente responsável pela sua implementação, sobretudo pela assertiva de ser o propulsor da destinação de milhões de reais ao Estado.” (Ementa não transcrita por não reproduzir a decisão quanto ao tema) (Ac. de 29.6.2012 no AgR-REspe nº 5178142, rel. Min. Marco Aurélio.) [<https://sjur-servicos.tse.jus.br/sjur-servicos/rest/download/pdf/tribunal=TSE/processoNumero=5178142/processoClasse=RESPE/decisaoData=20120629>]

cidade (no caso, Teresina) que, na verdade, focavam em divulgar o nome político de um Senador e notório pré-candidato. A referida “homenagem” trazia fotos de diversas obras e programas sociais, atribuindo diretamente ao político o mérito por destinar verbas milionárias ao Estado, o que evidenciou o cunho puramente eleitoral de atestar a sua aptidão para o cargo.

3.10 Propaganda Institucional com Feição Eleitoral Extemporânea⁴⁸

A veiculação de propaganda oficial de governo (institucional) que se desvirtua de seu caráter educativo ou informativo e assume a feição direta de propaganda eleitoral extemporânea para beneficiar candidatos foi considerada irregular pelo TSE. Para que resultasse na imposição da multa eleitoral neste caso específico, o TSE exigiu a comprovação cabal do prévio conhecimento do beneficiário.

ATIVIDADES PARTIDÁRIAS

3.11 Desvirtuamento da Propaganda Partidária⁴⁹

Utilizar o espaço de rádio e TV destinado ao programa do partido para lançar críticas que exaltem as qualidades do responsável pela propaganda em detrimento da agremiação opositora configura propagando antecipada segundo o TSE.

⁴⁸ [...] Propaganda eleitoral extemporânea. [...] Responsabilidade objetiva do presidente da República. Ausência da comprovação do prévio conhecimento do beneficiário (§ 3º do art. 36 da Lei nº 9.504/97). [...] 3. Ausência de comprovação do prévio conhecimento, pelo beneficiário, da propaganda institucional com feição de propaganda eleitoral extemporânea, nos termos do que dispõe o § 3º do art. 36 da Lei nº 9.504/97 [...]” (Ac. de 10.8.2006 nos EDclRp nº 752, rel. Min. Carlos Ayres Britto.)

⁴⁹ Propaganda partidária. Alegação de desvio de finalidade. Crítica. Administração. Partido diverso. Participação. Filiado. Discussão. Temas. Interesse político-comunitário [...] 2. O lançamento de críticas em propaganda partidária - ainda que desabonadoras - ao desempenho de filiado à frente da administração é possível quando não ultrapasse o limite da discussão de temas de interesse político-comunitário, vedada a divulgação de ofensas pessoais ao governante ou à imagem de partido político, não exalte as qualidades do responsável pela propaganda e não denigra a imagem da agremiação opositora, sob pena de configurar propaganda eleitoral subliminar, veiculada em período não autorizado pela legislação de regência. 3. Consoante a orientação dominante neste Tribunal Superior, não há configuração de propaganda eleitoral antecipada no espaço destinado ao programa partidário se ausentes pedido de votos ou divulgação, ainda que dissimulada, de candidatura, de ação política que se pretenda desenvolver, de razões que levem a inferir que o beneficiário seja o mais apto para a função pública e/ou referência, mesmo que indireta, ao pleito. Precedentes [...]”. (Ac. de 27.5.2014 na Rp nº 76778, rel. Min. Laurita Vaz.)

3.12 Extrapolação da Propaganda Intrapartidária (Convenções e Prévias)⁵⁰⁵¹

A propaganda direcionada aos filiados para as convenções partidárias é permitida, mas o TSE pune o seu desvirtuamento quando ela é voltada ao público em geral. Foi considerada propaganda antecipada a utilização de carro de som e a realização de motociatas para divulgar *jingles* de caráter eleitoreiro que convidavam indistintamente toda a população para comparecer à convenção do partido. Da mesma forma, a realização de eventos de grande proporção logo após a convenção partidária, com passeatas, carreatas e distribuição de camisetas adesivadas, caracteriza ilícito.

3.13 Inserções Nacionais usadas para Pré-Candidaturas Regionais⁵²

⁵⁰ Eleições 2024. [...] Representação. Propaganda eleitoral antecipada. Carro de som. Motociata. Divulgação de jingle. [...] iv) o entendimento do Tribunal de origem quanto à caracterização da propaganda eleitoral no caso concreto – extrapolação dos limites da propaganda intrapartidária, mediante a utilização de carro de som e motociata para divulgação de jingle com nítido caráter eleitoreiro, convidando indistintamente a população para a convenção partidárias – está de acordo com a jurisprudência deste Tribunal [...].” (Ac. de 23/4/2025 no AgR-REspEI n. 060006155, rel. Min. Floriano de Azevedo Marques.)

⁵¹ Eleições 2024. [...] Propaganda eleitoral antecipada. Convenção partidária. Evento de grande proporção. Atos de pré-campanha com carreata, passeata, discursos públicos, uso de jingle e adesivação de camisetas com número de urna. Desvirtuamento. Violação à isonomia entre os participantes. Multa. [...] 1. A realização de evento de grande proporção após convenção partidária, com carreata, passeata, discursos públicos, uso de jingle eleitoral e distribuição de camisetas adesivadas com número de urna, configura desvirtuamento da propaganda intrapartidária, assumindo contornos típicos de comício e caracterizando propaganda eleitoral antecipada, nos termos do art. 36, § 3º, da Lei n. 9.504/1997. [...]” (Ac. de 11/9/2025 no AgR-REspEI n. 060025018, rel. Min. André Mendonça.)

⁵² [...] Propaganda partidária. Inserções estaduais. Competência. Tribunal regional eleitoral. [...] 1. A competência para julgar os desvirtuamentos e os abusos cometidos no espaço da propaganda partidária é do tribunal que determinou e delimitou o tempo de exibição da publicidade. 2. In casu, por se tratar de inserções estaduais, a competência para o processamento e julgamento é da corte regional eleitoral do Estado do Espírito Santo. [...]” (Ac. de 4.8.2015 no AgR-AI nº 16213, rel. Min. Luiz Fux.) [https://sjur-servicos.tse.jus.br/sjur-servicos/rest/download/pdf/tribunal=TSE/processoNumero=16213/processoClasse=AI/decisaoData=20150804] [2] Data: 30/09/2014 Referência: (Ac. de 30.9.2014 na Rp nº 31568, rel. Min. João Otávio de Noronha.) “Propaganda partidária. Alegação de desvio de finalidade. Propaganda eleitoral antecipada. [...] 1. Incompetência do Tribunal Superior Eleitoral para apreciar alegação de desvio de finalidade em espaço de propaganda partidária quando a veiculação se der em datas diversas das que tiver autorizado nos termos dos arts. 2º, § 3º, e 3º da Res.-TSE nº 20.034, de 1997. [...]” (Ac. de 30.9.2014 na Rp nº 31568, rel. Min. João Otávio de Noronha.) [https://sjur-servicos.tse.jus.br/sjur-servicos/rest/download/pdf/50487] [3] Data: 30/09/2014 Referência: (Ac. de 30.9.2014 na Rp nº 12690, rel. Min. João Otávio de Noronha.) “Propaganda Partidária. Alegação de Desvio de Finalidade. Promoção Pessoal. Filiado. Candidato. [...] 2. Caberá à Corregedoria-Geral da Justiça Eleitoral o exame da representação sempre que o uso do espaço da propaganda partidária houver sido autorizado pelo Tribunal Superior Eleitoral, nos termos do art. 13 da Res.-TSE nº 20.034, de 1997. 3. Compete ao Tribunal Superior Eleitoral processar e julgar representação para apurar a existência de irregularidade na divulgação de inserções nacionais de partido político, ainda que vise o benefício de pré-candidato a cargo em eleições estaduais ou federais. Precedente [...]”. (Ac. de 30.9.2014 na Rp nº 12690, rel. Min. João Otávio de Noronha.)

O TSE tem entendimento pacificado de que atrai a punição por propaganda eleitoral antecipada o uso do tempo destinado a inserções *nacionais* da propaganda partidária para promover e beneficiar pré-candidatos a cargos de abrangência estadual, a exemplo de campanhas prematuras para Governador de Estado e Senador da República.

3.14 Exorbitância na comunicação de Coligações em Propaganda Partidária⁵³:

É garantido ao partido utilizar o seu programa partidário, transmitido no semestre que antecede as eleições, para comunicar ao público sua intenção de formar coligações e esclarecer os motivos políticos para essa aliança. No entanto, se o partido exorbitar dessas declarações para começar a promover ativamente os projetos e as virtudes dos seus futuros candidatos, o limite legal é rompido, configurando-se o uso indevido do espaço como propaganda eleitoral antecipada.

3.15 Aclamação de Pré-Candidato Filiado a Partido Diverso⁵⁴

⁵³ Programa partidário. 1. O partido político, em seu programa partidário a ser levado ao ar no semestre antecedente ao da realização do pleito, pode comunicar a intenção de realizar coligações nas eleições que se aproximam, esclarecendo por que o faz; quando exorbitar de tais declarações, porém, poder-se-á configurar propaganda eleitoral antecipada e vedada. [...] 3. Tendo em vista a clara distinção existente entre propaganda eleitoral e partidária – esta objetiva divulgar o programa do partido político; aquela, os projetos de seus candidatos – e os momentos próprios que a legislação estabelece para a divulgação de uma e outra, as respostas às questões anteriores permanecem inalteradas, quer a coligação esteja sendo entabulada, quer já se tenha concretizado. 4. Qualquer difusão feita durante o programa partidário que exorbitar dos limites impostos pela Lei nº 9.096/95 ou descaracterizá-lo pode implicar a cassação do registro de candidato por uso indevido dos meios de comunicação social. O partido infrator poderá ter seu direito de transmissão cassado para o semestre seguinte. Além disso, a propaganda antecipada sujeita o transgressor à pena de multa.” (Res. nº 21116 na Cta nº 800, de 6.6.2002, rel. Min. Ellen Gracie.)

⁵⁴ Eleições 2010. Desvirtuamento. Propaganda partidária. Propaganda antecipada. Configuração. Prévio conhecimento. Beneficiário. Ausência. Multa afastada. 1. Aplica-se o princípio da fungibilidade para receber o agravo regimental como recurso nominado, tendo em vista o preenchimento dos requisitos a este aplicáveis e por se tratar de irrisignação contra decisão monocrática proferida por juiz auxiliar da propaganda eleitoral. Precedente. 2. Descabe confundir propaganda partidária com antecipação de propaganda eleitoral. São institutos diversos disciplinados pelas Leis nos 9.096/1995 e 9.504/1997. Segundo a jurisprudência desta Corte, ‘a propaganda eleitoral extemporânea em espaço de propaganda partidária configura-se quando há o anúncio, ainda que de forma indireta e disfarçada, de determinada candidatura, dos propósitos para obter apoio por intermédio do voto e de exclusiva promoção pessoal com finalidade eleitoral’ [...] 3. É necessária a adequação da jurisprudência aos fatos sociais que regulam o sistema democrático, porquanto é patente que o ethos de um partido político é a disputa pelo voto, o que, por conseguinte, torna legítima a apresentação da ideologia partidária por intermédio de seus possíveis candidatos sem que isso, por si só, configure desvirtuamento de conteúdo. 4. Durante a propaganda partidária, houve indicação expressa da candidatura de José Serra - filiado a partido diverso - nas eleições de 2010 e dos projetos políticos, com referência ao governo federal, sendo, inclusive, conclamado ao final como ‘Serra Presidente, Serra Presidente’, excedendo aos limites impostos pelo art. 45 da Lei nº 9.096/1995 e caracterizando grave desvio de finalidade da propaganda partidária. 5. A multa prevista no art. 36, § 30, da Lei nº 9.504/1997 deve ser aplicada individualmente. 6. Não obstante o evidente benefício eleitoral diante da publicidade, a lei exige a demonstração do prévio conhecimento do beneficiário para que lhe possa ser

Embora os partidos possam utilizar a propaganda partidária para divulgar sua ideologia por meio de seus possíveis candidatos, o TSE considerou como propaganda antecipada irregular a utilização desse espaço para indicar expressamente a pré-candidatura de um político filiado a um partido diverso, acompanhada de conclamação efusiva para a vitória no pleito (em um caso concreto, o uso repetitivo do jargão “Serra Presidente”, excedendo os limites legais).

3.16 Desvirtuamento do Financiamento Coletivo (Crowdfunding)⁵⁵:

A legislação permite que os pré-candidatos realizem a divulgação e a captação prévia de recursos por meio de financiamento coletivo na internet a partir de 15 de maio do ano eleitoral. Contudo, essa campanha de arrecadação não pode envolver o pedido explícito de voto. Caso a divulgação do *crowdfunding* contenha apelo por votos, a conduta perde a proteção legal e passa a ser enquadrada como propaganda eleitoral antecipada ilícita.

IMPrensa E Atividades Profissionais

aplicada sanção, o que não ocorreu. 7. Negado provimento ao recurso interposto pela agremiação partidária e seu presidente. Provido o recurso interposto pelo candidato, para afastar a multa que lhe fora imposta”. (Ac. de 17.09.2015 no R-Rp nº 321359, rel. Min. Gilmar Mendes).

⁵⁵ Consulta. Financiamento coletivo de campanha. Arrecadação prévia. Termo inicial e forma de divulgação. Observância das regras relacionadas à propaganda na internet. 1. Consulta formulada por Senador da República sobre a forma de divulgação por pré-candidatos do serviço de financiamento coletivo de campanha eleitoral. 2. O Crowdfunding é o termo utilizado para designar o apoio de uma iniciativa por meio da contribuição financeira de um grupo de pessoas. A Lei nº 9.504/1997, com as alterações promovidas pela Lei nº 13.488/2017, passou a admitir essa modalidade de arrecadação para as campanhas eleitorais. 3. O art. 22-A, § 3º, da Lei nº 9.504/1997 e o art. 23, § 4º, da Resolução TSE nº 23.553/2017 estabelecem que ‘desde o dia 15 de maio do ano eleitoral, é facultada aos pré-candidatos a arrecadação prévia de recursos na modalidade’ de financiamento coletivo. 4. Por decorrência lógica, a data em que se autoriza o início de arrecadação constitui o marco para início da divulgação do serviço de crowdfunding eleitoral. Afinal, por sua própria natureza, trata-se de mecanismo de arrecadação que pressupõe a prévia divulgação. A campanha de arrecadação, no entanto, não pode envolver pedido de voto (Lei nº 9.504/1997, art. 36-A, VII) 5. Além dessa limitação de conteúdo, nos termos do art. 23, § 4º, IV, h, da Lei nº 9.504/1997, as estratégias e meios de divulgação devem observar as regras da propaganda eleitoral na internet. 6. Consulta respondida nos seguintes termos: ‘A divulgação do serviço de financiamento coletivo de campanha(crowdfunding eleitoral) por pré-candidatos pode se iniciar em 15 de maio do ano eleitoral observando-se: (i) a vedação a pedido de voto; e (ii) as regras relativas à propaganda eleitoral na internet’”. (Ac. de 8/5/2018 na CTA n. 060023312, rel. Min. Luís Roberto Barroso.) JULGADOS DESCARTADOS [5] (substituídos pelo(s) mais recente(s) acima): • 22/05/2018 | (Ac. de 22/5/2018 na CTA n. 60025740, rel. Min. Tarcísio Vieira de Carvalho Neto.)

3.17 Uso de programas de rádio e televisão no exercício da profissão para realizar promoção pessoal com viés eleitoral⁵⁶

Profissionais de comunicação, quando são pré-candidatos, não podem utilizar seus programas de rádio e televisão no exercício da profissão para realizar promoção pessoal com viés eleitoral. A jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral estabelece que o maior rigor legal em relação a esses profissionais permanece vigente. As flexibilizações da lei que permitem, durante a pré-campanha, a manifestação de apoio político, a divulgação da pré-candidatura e das ações políticas desenvolvidas (previstas no art. 36-A, § 2º, da Lei nº 9.504/1997) não se aplicam aos profissionais de comunicação social enquanto estiverem no exercício de sua profissão, conforme estabelece o § 3º do mesmo artigo.

Essa vedação tem o objetivo de impedir a quebra da paridade de armas (o desequilíbrio de oportunidades) entre os futuros candidatos no processo eleitoral. Caso o profissional desrespeite essa regra e utilize seu espaço na mídia para promoção pessoal com viés eleitoral, a conduta caracterizará propaganda eleitoral extemporânea (antecipada), o que acarreta a imposição de multa, independentemente de haver ou não um pedido explícito de voto na manifestação

3.18 Entrevistas de longa duração focadas em promoção pessoal⁵⁷

⁵⁶ Eleições 2024. [...] Representação por propaganda eleitoral extemporânea julgada procedente. Veiculação de programa de rádio. Pré-candidato. Radialista em exercício da profissão. Promoção pessoal. Ofensa ao art. 36-A, §§ 2º e 3º, da Lei n. 9.504/1997. [...] 4. A jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral é no sentido de que o disposto no § 2º do art. 36-A da Lei n. 9.504/1997 – que afasta a configuração de propaganda eleitoral antecipada, ao permitir a manifestação de apoio político e a divulgação de pré-candidatura, das ações políticas desenvolvidas e das que se pretende desenvolver (incisos I a VI do art. 36-A da Lei n. 9.504/1997) – não se aplica aos profissionais de comunicação social no exercício da profissão, tal como estabelece o § 3º do art. 36-A da Lei n. 9.504/1997, independentemente da análise da existência ou não de pedido explícito de voto na conduta praticada [...] 5. Ao contrário do que foi defendido nas razões recursais, o maior rigor em relação aos pré-candidatos que são profissionais de comunicação não foi superado, os quais não podem fazer promoção pessoal no exercício desse mister, sob pena de quebra de paridade de armas e de imposição de multa, exatamente como prescreve o art. 36-A, § 3º, da Lei n. 9.504/1997. [...]” (Ac. de 27/3/2025 no AgR-AREspE n. 060005212, rel. Min. Floriano de Azevedo Marques.)

⁵⁷ Eleições 2014 [...] Representação por propaganda eleitoral extemporânea. Entrevistas. Programa de rádio. 1. O TRE/RJ concluiu que as entrevistas concedidas pela então prefeita, seu vice e secretário de obras configuraram propaganda eleitoral antecipada em favor de pretenso candidato ao governo do Estado. 2. Da moldura fática delineada no acórdão, verifica-se que a citação durante a entrevista (ocorrida em 2013) de obras realizadas na gestão do primeiro agravante em 1989-1992 e 1997-1998 ou mesmo de verba por ele obtida em 2001 não tem outro objetivo senão enaltecer a sua figura, incutindo no eleitor a ideia de que ele seria o melhor a ocupar o cargo no governo do Estado. Observa-se que ele é sempre mencionado como ‘O Governador’, o que demonstra o intuito de promover futura candidatura. 3. Os direitos à liberdade de manifestação de opinião e de imprensa, previstos constitucionalmente, não possuem caráter absoluto. Precedentes. 4. Diante das peculiaridades do caso, quais sejam, duração da entrevista - quase três horas - e o

Embora a participação em entrevistas seja permitida na pré-campanha, o TSE já considerou propaganda antecipada uma entrevista de rádio de quase três horas de duração, focada exclusivamente em citar obras realizadas pelo pré-candidato em gestões muito antigas (ex: décadas de 80 e 90), referindo-se a ele o tempo todo como “O Governador”, com o nítido objetivo de enaltecer sua figura para o cargo no governo do Estado.

3.19 Desvirtuamento da Imprensa Escrita⁵⁸

Embora a imprensa escrita goze de liberdade para se posicionar, o TSE entendeu como configurada propaganda extemporânea o desvirtuamento dessa garantia quando um jornal passou a publicar matérias ostensivamente favoráveis apenas a um pré-candidato (à reeleição, por exemplo) e simultaneamente contrárias ao seu principal adversário político em período anterior ao registro, evidenciando promoção pessoal grave.

3.20 Associação de Pré-Candidato a Políticos de Maior Expressão⁵⁹

A distribuição antecipada de adesivos automotivos contendo a imagem do pré-candidato intencionalmente ao lado de ocupantes de cargos políticos de alto escalão e notória influência, visando divulgar a candidatura antes do período permitido, também foi punida por violar o princípio da igualdade de oportunidades.

veículo de difusão - rádio - que propicia acesso irrestrito ao eleitorado, é proporcional e razoável a multa no valor R\$10 mil para cada representado, conforme fixado pelo Regional [...]” (Ac. de 29.11.2016 no AI nº 19679, rel. Min. Gilmar Mendes.)

⁵⁸ Eleições 2012 [...] Propaganda extemporânea. Desvirtuamento da liberdade de manifestação conferida à imprensa escrita. Matérias favoráveis apenas à candidata à reeleição e contrárias ao principal adversário político. Promoção pessoal. Gravidade dos fatos [...] Propaganda eleitoral extemporânea 24. Fixada jurisprudência, para as Eleições 2012, de que “propaganda eleitoral é aquela que leva ao conhecimento geral, ainda que de forma dissimulada, a candidatura, mesmo que apenas postulada, a ação política que se pretende desenvolver ou razões que induzam a concluir que o beneficiário é o mais apto ao exercício de função pública” [...] 25. Divulgadas as candidaturas em período anterior ao registro, resta configurada a propaganda extemporânea”. (Ac. de 18.9.2018 no REspe nº41395, rel. Min. Herman Benjamin, red. designado, Min. Rosa Weber.)

⁵⁹ Eleições 2024. [...] Propaganda antecipada. Lançamento de pré-candidatura. Distribuição de materiais típicos de campanha. Adesivos automotivos. [...] não há como infirmar a premissa regional de que ‘o recorrente realizou [a] divulgação de sua candidatura, antes do período autorizado para realização de propaganda eleitoral, por meio da distribuição de adesivos que contém a sua imagem ao lado de ocupantes de cargos políticos’ [...] em violação ao princípio da igualdade de oportunidades entre os pré-candidatos. [...] nos termos da jurisprudência deste Tribunal, ‘a violação ao princípio da igualdade de oportunidades entre candidatos é um critério alternativo para a caracterização da propaganda eleitoral antecipada, ao lado da presença de pedido explícito de voto ou da utilização de meio proscrito no período de campanha. Precedentes’ [...]” (Ac. de 24/4/2025 no AgR-REspeI n. 060011374, rel. Min. André Mendonça.)

3.21 Cobertura Paga na Internet⁶⁰

A contratação de impulsionamento ou cobertura paga na internet para veicular mensagens que contenham a exclusiva promoção pessoal do pretense candidato e de seus eventos de pré-campanha é considerada propaganda extemporânea por meio vedado.

Ressalta-se que houve alteração do art. 57-C pela Lei 13.488/2017⁶¹.

EVENTOS CÍVEIS E ELEITORAIS

3.22 Eventos com contorno de comício⁶²

Realização de passeatas ou carreatas de grande proporção logo após a convenção partidária, com intensa participação de correligionários, uso de jingle característico de campanha, carro de som com banda, discursos e distribuição massiva de adesivos ou camisas adesivadas com o número de urna configura propaganda eleitoral antecipada para o TSE.

⁶⁰ [...] Eleições 2018. Representação. Propaganda eleitoral extemporânea. Evento. Promoção pessoal. Cobertura paga. Internet. Vedação. Art. 57-C da Lei 9.504/97. Multa [...] 4. No caso, não há erro material quanto à aplicação do art. 36-A, da Lei 9.504/97, pois o que se observa nas razões dos declaratórios é mero inconformismo com os fundamentos do aresto, no qual se esclareceu que ‘a teor da jurisprudência desta Corte definida para os feitos relativos às Eleições 2018, caracteriza propaganda extemporânea (arts. 36 e 36-A da Lei 9.504/97) a hipótese em que, embora inexistia pedido explícito de votos, a mensagem contenha promoção pessoal do pretense candidato e tenha sido veiculada por meio que é vedado durante o período de campanha’ [...]” (Ac. de 18/6/2020 nos ED-REspe n. 060063795, rel. Min. Luis Felipe Salomão.)

⁶¹ Art. 57-C. Na internet, é vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga. [\(Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009\)](#)
Art. 57-C. É vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, excetuado o impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos, coligações e candidatos e seus representantes. [\(Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017\)](#)

⁶² Eleições 2024. Representação. Propaganda eleitoral antecipada. Prefeito. Passeata. Magnitude do evento. Extrapolação dos meros atos de pré-campanha. Paridade de armas. Violação. Multa. Mínimo legal. Impossibilidade de redução. [...] 2. Consoante descrito no acórdão regional, a propaganda eleitoral antecipada foi reconhecida na realização de passeata com expressiva participação de correligionários ostentando bandeiras e acompanhados de distribuição de adesivos, bem como de carro com banda de música. 3. Nos termos da jurisprudência do TSE, ‘a violação ao princípio da igualdade de oportunidades entre candidatos é um critério alternativo para a caracterização da propaganda eleitoral antecipada, ao lado da presença de pedido explícito de voto ou da utilização de meio proscrito no período de campanha’ [...]” (Ac. de 23/10/2025 no AgR-AREspE n. 060008637, rel. Min. Estela Aranha.)

3.23 Adesivação de veículos⁶³

Eventos de adesivação com imagem dos pré-candidatos acompanhados de jingles e amplamente divulgados nas redes sociais antes do período autorizado configura propaganda eleitoral antecipada para o TSE.

3.24 Execução de Jingles ao Vivo por Artistas em Megaeventos⁶⁴

Em eventos grandiosos de apoio político, o TSE considerou prudente inibir a exploração de momentos em que artistas executam jingles de campanha ao vivo, pois a música elaborada especificamente com o propósito de promover a candidatura, performada

⁶³ Eleições 2024. [...] Propaganda eleitoral antecipada. Evento de adesivação com a imagem dos pré-candidatos e apoiador político. Veiculação de jingle característico de campanha. Gravação amplamente divulgada em redes sociais. Atos típicos de propaganda eleitoral realizados antes do período permitido. Configuração na origem. Incidência de multa. Art. 36, § 3º, da Lei n. 9.504/1997. [...] 5. A orientação do Tribunal de origem, de que a realização, antes do período permitido, de evento de adesivação com a imagem dos pré-candidatos e do apoiador político, no qual foi veiculado jingle característico de campanha, cuja gravação do evento foi amplamente divulgada em redes sociais, caracterizou a propaganda eleitoral antecipada, está em consonância com a jurisprudência desta Corte Superior, segundo a qual a propaganda eleitoral antecipada pode ficar configurada a partir do contexto dos fatos [...].” (Ac. de 7/11/2025 no AgR-AREspE n. 060005361, rel. Min. Floriano de Azevedo Marques.)

⁶⁴ [...] Eleições 2022. Presidente. Abuso de poder político. Uso indevido de meios de comunicação. Ato de campanha. Participação de artistas, intelectuais e lideranças políticas. Transmissão pela internet. Retransmissão livre. Liberdade de manifestação e engajamento político. Licitude. Jingles executados ao vivo. Questão limítrofe. Prudente inibição de eventuais danos ao processo eleitoral. [...] 12. Esta Corte tem entendimento no sentido de que ‘a utilização de forma reiterada de showmício e eventos assemelhados como meio de divulgação de candidaturas, com intuito de captação de votos, é grave e caracteriza abuso do poder econômico’ [...] 13. Também, já foi assinalado que a proibição se estende aos livemícios, em que a promoção a candidaturas se utiliza de shows realizados em plataformas digitais [...] 14. As restrições, contudo, não alcançam a liberdade de engajamento político da classe artística, já havendo o STF fixado que tais pessoas podem manifestar ‘seu posicionamento político em seus shows ou em suas apresentações’ (ADI 5970, Rel. Min. Dias Toffoli, DJE de 08/03/2022). 15. No precedente, o STF avaliou a correlação entre a animação artística e a finalidade do evento. Um show não pode ser usado para incentivar a conquista de votos (showmício), mas pode ser usado para incentivar doações (evento de arrecadação). Porém, há um elemento que permanece intangível: a liberdade da pessoa artista para manifestar sua opinião política, em moldes idênticos ao de qualquer outra cidadã ou cidadão. [...] 20. No que diz respeito à apresentação de artistas, nos comícios, para executar, ao vivo, jingles da campanha, entendo estar-se diante de questão inédita. 21. Até o momento, a jurisprudência partiu de premissas fáticas em que artistas executam seu repertório comercial, entregando entretenimento ao público que, por vias transversas, seria levado a ser exposto à mensagem política. No caso de jingles, tem-se música elaborada com o propósito de promover uma candidatura, sendo certo que, conforme a época e o público visado, as campanhas procurarão explorar estilos em voga. 22. Cumprirá à Corte, após a instrução do feito em contraditório, avaliar se, em caso de apresentação ao vivo, a execução de jingle adquire os mesmos contornos da execução de repertório comercial, sendo por isso vedada; ou se consiste em variável da manifestação de apoio político, abrangida pela liberdade de expressão. 23. Sem que seja preciso fixar entendimento por qualquer das duas vertentes de entendimento, mostra-se prudente, considerando-se a iminência do pleito, restringir, na propaganda eleitoral, a exploração dos momentos do ato de 26/09/2022 no Anhembi, em que artistas executaram jingles ao vivo. Isso porque, tendo em vista a magnitude da estrutura montada e o ineditismo do tema, os trechos das performances musicais, ainda que não contemplem repertório comercial, podem produzir efeitos anti-isonômicos que devem ser inibidos na disputa eleitoral [...]”. (Ac. de 29.9.2022 no Ref-AIJE nº 060127120, rel. Min. Benedito Gonçalves.)

por artistas para um grande público, adquire contornos que podem produzir efeitos anti-isonômicos na disputa, aproximando-se da vedação aos showmícios, logo, configurando propagando eleitoral antecipada e/ou vedada.

3.25 Aproveitamento de Festas Religiosas com Aparato de Campanha⁶⁵

O TSE considerou propaganda extemporânea irregular a confecção de camisetas, bonés e adesivos com “arte de pré-campanha” distribuídos e usados massivamente em meio a uma festa religiosa, agravada pelo uso de trio elétrico e placas assemelhadas a outdoors em centros comunitários, configurando clara quebra de isonomia entre os concorrentes.

3.26 Distribuição de brindes e vestuário⁶⁶:

A confecção e distribuição generalizada a eleitores de camisetas personalizadas, bonés, adesivos e outros materiais que ofereçam vantagem configura propagando eleitoral antecipada e/ou vedada. A distribuição de brindes é vedada e configura meio proscrito, mesmo

⁶⁵ Eleições 2024. [...] Propaganda eleitoral extemporânea. Art. 3º-A da Res.-TSE n. 23.610/2019. Confecção de camisetas, bonés e adesivos com arte de pré-campanha. Distribuição e uso massivo em festa religiosa com uso de trio elétrico. Bem público. Uso de outdoor. Veiculação em rede social. Formas e meios proscritos. Configuração. [...] 1. Na origem, a Corte regional manteve condenação por suposta propaganda eleitoral extemporânea, nos termos do art. 3º-A da Res.-TSE n. 23.610/2019, devido à veiculação, durante festa religiosa, de propaganda de conteúdo eleitoral em bonés e camisetas, outdoors, com o uso de trio elétrico e bens públicos (centros comunitários). [...] No caso, a partir do contexto fático descrito no aresto regional, ficou constatado que as placas utilizadas, tanto no interior do centro comunitário, como em trio elétrico, excederam o limite imposto pelo art. 37, § 1º, II, da Lei n. 9.504/1997, assemelhando-se a outdoor, cuja vedação está prescrita no art. 39, § 8º, inclusive no transcurso da campanha eleitoral. [...] 5. A conclusão do Tribunal a quo encontra-se em conformidade com o entendimento desta Corte, que é firme no sentido de que há propaganda eleitoral extemporânea irregular quando se tem violação à paridade de armas entre os possíveis concorrentes, como ocorreu no caso em tela. Precedente. [...]” (Ac. de 25/2/2025 no AgR-AREspE n. 060006406, rel. Min. Antonio Carlos Ferreira.)

⁶⁶ Eleições 2024. [...] Propaganda eleitoral extemporânea. Art. 3º-A da Res.-TSE n. 23.610/2019. Confecção de camisetas, bonés e adesivos com arte de pré-campanha. Distribuição e uso massivo em festa religiosa com uso de trio elétrico. Bem público. Uso de outdoor. Veiculação em rede social. Formas e meios proscritos. Configuração. [...] 1. Na origem, a Corte regional manteve condenação por suposta propaganda eleitoral extemporânea, nos termos do art. 3º-A da Res.-TSE n. 23.610/2019, devido à veiculação, durante festa religiosa, de propaganda de conteúdo eleitoral em bonés e camisetas, outdoors, com o uso de trio elétrico e bens públicos (centros comunitários). [...] No caso, a partir do contexto fático descrito no aresto regional, ficou constatado que as placas utilizadas, tanto no interior do centro comunitário, como em trio elétrico, excederam o limite imposto pelo art. 37, § 1º, II, da Lei n. 9.504/1997, assemelhando-se a outdoor, cuja vedação está prescrita no art. 39, § 8º, inclusive no transcurso da campanha eleitoral. [...] 5. A conclusão do Tribunal a quo encontra-se em conformidade com o entendimento desta Corte, que é firme no sentido de que há propaganda eleitoral extemporânea irregular quando se tem violação à paridade de armas entre os possíveis concorrentes, como ocorreu no caso em tela. Precedente. [...]” (Ac. de 25/2/2025 no AgR-AREspE n. 060006406, rel. Min. Antonio Carlos Ferreira.)

na pré-campanha. O TSE já puniu pré-candidato que utilizou suas redes sociais para realizar o sorteio de um boné (utilizado por ele durante um debate), condicionando a participação no sorteio à marcação de outras pessoas na postagem.

3.27 Distribuição de EPIs e Álcool em Gel na Pré-Campanha⁶⁷:

O TSE entendeu como propaganda eleitoral antecipada irregular a distribuição de kits contendo álcool em gel e equipamentos de proteção individual (EPIs) aos munícipes durante a pandemia. A defesa tentou classificar o ato como mera intermediação assistencial ou promoção pessoal. Contudo, o TSE entendeu que a distribuição de qualquer material que proporcione vantagem ao eleitor é um “meio proscrito” (proibido) durante a campanha, e, consequentemente, sua utilização na pré-campanha caracteriza o ilícito extemporâneo, independentemente de haver pedido explícito de voto.

3.28 Desvirtuamento do Financiamento Coletivo (Crowdfunding)⁶⁸:

⁶⁷ “Eleições 2020. [...] Representação por propaganda eleitoral antecipada formulada em meio proscrito. [...] 1. Na origem, o TRE/PE assentou que a distribuição de brindes/bens materiais levada a efeito por José Welliton de Melo Siqueira teve nítido caráter de propaganda eleitoral, não consubstanciando, como alegado, mera promoção pessoal ou simples intermediação para que os munícipes pudessem ter acesso aos kits com álcool em gel e equipamentos de proteção individual [...] 3. A distribuição de brindes ou quaisquer outros bens ou materiais que possam proporcionar vantagem ao eleitor é vedada durante o período de campanha eleitoral, nos termos do art. 39, § 8º, da Lei nº 9.504/1997. 4. A jurisprudência do TSE é firme no sentido de que a regra permissiva do art. 36-A da Lei das Eleições não legitima, no período de pré-campanha, a veiculação de propaganda por meios que são proscritos durante o período eleitoral, ainda que não haja pedido explícito de voto. Se a propaganda é ilícita no período permitido, assim também o é no período de pré-campanha, como se deu na espécie [...]”. (Ac. de 11.2.2021 no ARESPE nº 060004663, rel. Min. Mauro Campbell Marques.)

⁶⁸ Consulta. Financiamento coletivo de campanha. Arrecadação prévia. Termo inicial e forma de divulgação. Observância das regras relacionadas à propaganda na internet. 1. Consulta formulada por Senador da República sobre a forma de divulgação por pré-candidatos do serviço de financiamento coletivo de campanha eleitoral. 2. O Crowdfunding é o termo utilizado para designar o apoio de uma iniciativa por meio da contribuição financeira de um grupo de pessoas. A Lei nº 9.504/1997, com as alterações promovidas pela Lei nº 13.488/2017, passou a admitir essa modalidade de arrecadação para as campanhas eleitorais. 3. O art. 22-A, § 3º, da Lei nº 9.504/1997 e o art. 23, § 4º, da Resolução TSE nº 23.553/2017 estabelecem que ‘desde o dia 15 de maio do ano eleitoral, é facultada aos pré-candidatos a arrecadação prévia de recursos na modalidade’ de financiamento coletivo. 4. Por decorrência lógica, a data em que se autoriza o início de arrecadação constitui o marco para início da divulgação do serviço de crowdfunding eleitoral. Afinal, por sua própria natureza, trata-se de mecanismo de arrecadação que pressupõe a prévia divulgação. A campanha de arrecadação, no entanto, não pode envolver pedido de voto (Lei nº 9.504/1997, art. 36-A, VII) 5. Além dessa limitação de conteúdo, nos termos do art. 23, § 4º, IV, h, da Lei nº 9.504/1997, as estratégias e meios de divulgação devem observar as regras da propaganda eleitoral na internet. 6. Consulta respondida nos seguintes termos: ‘A divulgação do serviço de financiamento coletivo de campanha(crowdfunding eleitoral) por pré-candidatos pode se iniciar em 15 de maio do ano eleitoral observando-se: (i) a vedação a pedido de voto; e (ii) as regras relativas à propaganda eleitoral na internet’”. (Ac. de 8/5/2018 na CTA n. 060023312, rel. Min. Luís Roberto Barroso.) JULGADOS DESCARTADOS [5] (substituídos pelo(s) mais recente(s) acima): • 22/05/2018 | (Ac. de 22/5/2018 na CTA n. 60025740, rel. Min. Tarcísio Vieira de Carvalho Neto.)

A legislação permite que os pré-candidatos realizem a divulgação e a captação prévia de recursos por meio de financiamento coletivo na internet a partir de 15 de maio do ano eleitoral. Contudo, essa campanha de arrecadação não pode envolver o pedido explícito de voto. Caso a divulgação do *crowdfunding* contenha apelo por votos, a conduta perde a proteção legal e passa a ser enquadrada como propaganda eleitoral antecipada ilícita.

3.29 Eventos Festivos com Vantagens e Afronta a Ordem Judicial⁶⁹:

O TSE caracterizou como propaganda eleitoral irregular antecipada a realização de festividade na qual houve nítida conotação eleitoral combinada com a oferta de prêmios e vantagens materiais aos participantes, quebrando a igualdade de oportunidades. No caso concreto julgado, a infração e a multa foram mantidas pelo fato de o evento ter sido realizado em descumprimento de uma ordem judicial que havia determinado expressamente o seu cancelamento prévio.

4. ATUAÇÃO DAS PROMOTORIAS ELEITORAIS EM PROPAGANDA ANTECIPADA

4.1 Atuação Cível

Nas eleições gerais, a competência para ajuizar medidas judiciais com o objetivo de punir infrações à legislação, como a propaganda eleitoral antecipada irregular, é privativa do Procurador Regional Eleitoral e dos Procuradores Auxiliares. Aos Promotores Eleitorais, cabe atuar na fiscalização da campanha e na investigação desses ilícitos de forma cooperativa e sob a coordenação da PRE.

⁶⁹ Eleições 2024. [...] Realização de evento festivo com conotação eleitoral. Utilização de símbolos partidários. Oferta de vantagens materiais. Ordem judicial. Descumprimento. [...] 1. A Corte de origem, instância soberana na análise de fatos e provas, assentou que a festividade impugnada foi realizada com nítida conotação eleitoral, promovendo a coligação favorecida por meio da oferta de distribuição de prêmios e vantagens aos participantes, o que é taxativamente proibido pela legislação eleitoral, porquanto gera inevitável desequilíbrio em relação aos demais concorrentes, sendo tal contexto suficiente para caracterizar propaganda eleitoral irregular. [...] 3. O entendimento desta Corte Superior é de que '[...] a violação ao princípio da igualdade de oportunidades entre candidatos é um critério alternativo para a caracterização da propaganda eleitoral antecipada, ao lado da presença de pedido explícito de voto ou da utilização de meio proscrito no período de campanha. Precedentes' [...] 4. No caso, a condenação se deu em razão do descumprimento de ordem judicial, tendo em vista a realização do evento mesmo após determinação expressa de cancelamento. [...]" (Ac. de 13/11/2025 no AgR-AREspE n. 060050576, rel. Min. André Mendonça.)

Diante de uma propaganda eleitoral ilícita nas eleições gerais, os Promotores Eleitorais podem adotar as seguintes posturas:

- **Fazer uma apuração inicial e encaminhar o feito instruído:** O promotor pode conduzir uma investigação extrajudicial mediante a instauração prévia de uma Notícia de Fato (NF). O objetivo dessa apuração é reunir provas que possam perecer da materialidade da propaganda, indícios de autoria, dados suficientes para a identificação e localização dos autores, além de evidências do prévio conhecimento do beneficiário. Após instruir o procedimento com essas provas e, quando for o caso, intimar o responsável para regularizar a propaganda em 48 horas, o promotor deve encaminhar os autos (originais ou em cópia) à Procuradoria Regional Eleitoral para que esta ingresse com a representação competente.
- **Simplesmente comunicar à PRE e encaminhar os elementos probatórios:** Quando toma conhecimento do ilícito, o promotor também tem a opção de colher apenas as provas de autoria e materialidade que estiverem ao seu alcance imediato e encaminhar a representação e esses elementos iniciais diretamente à Procuradoria Regional Eleitoral, comunicando o fato para que o órgão superior processe e adote as medidas cabíveis.

Nesse contexto, mesmo que o promotor opte por encaminhar o material disponível e apenas comunicar à PRE, a recomendação é que as informações enviadas contenham, sempre que possível, o máximo de dados de autoria e materialidade para subsidiar a atuação punitiva.

4.2 Atuação Criminal

4.2.1 Procedimento

Em caso de identificação de crime eleitoral ou prisão em flagrante, o Promotor Eleitoral deve adotar medidas processuais e investigativas voltadas à repressão e apuração do ilícito penal:

- **Requisição de Inquérito Policial:** Nos casos em que não houver órgãos da Polícia Federal no local da infração, o Promotor Eleitoral deverá, preferencialmente, requisitar

a instauração de inquérito policial à Polícia Civil, medida justificada em face do baixo efetivo da Polícia Federal.

- **Encaminhamento à Procuradoria Regional Eleitoral (PRE):** Diante da ocorrência de um crime eleitoral ou prisão em flagrante, o promotor precisa **providenciar o encaminhamento do respectivo Auto ou Termo Circunstanciado à PRE**. Esse envio, que deve ser feito após eventual complementação de provas, serve para que a Procuradoria analise a viabilidade de entrar com ações cíveis-eleitorais no Tribunal Regional Eleitoral.
- **Violência Política de Gênero:** Em situações que envolvam assédio, constrangimento, humilhação, perseguição ou ameaça contra mulheres no desempenho de atividade política, o promotor deve promover a **investigação ativa dos crimes** (previstos no art. 326-B do Código Eleitoral e no art. 359-P do Código Penal) e **comunicar o resultado dessas apurações à Procuradoria Regional Eleitoral**.
- **Crimes praticados por autoridade com foro:** Requerer o declínio de atribuição ou de competência em favor da autoridade competente.

Além disso, como regra geral de atuação durante o período eleitoral, incumbe aos Promotores Eleitorais adotar as medidas cabíveis para a prevenção e repressão dos crimes eleitorais, atuando sempre de forma coordenada e cooperativa com a Procuradoria Regional Eleitoral.

4.2 Considerações

Vários tipos penais do Código Eleitoral de 1965 (fruto de um regime não democrático) passam pelo filtro da **Constituição de 1988**, gerando debates sobre a sua recepção ou aplicabilidade.

Aqui estão as principais discussões jurídicas:

4.2.1 Crimes contra a Honra e a Liberdade de Expressão (Arts. 324, 325 e 326 do CE)

Esta é a discussão mais clássica. Muitos doutrinadores e tribunais superiores debatem se a criminalização de ofensas no debate político não acabaria por “esfriar” a crítica necessária em uma democracia.

- **A tese:** Argumenta-se que, no período eleitoral, a honra dos candidatos é “relativizada”, pois eles se submetem voluntariamente ao escrutínio público.
- **O STF:** No julgamento da **ADPF 130** (Lei de Imprensa), o STF reforçou que a liberdade de expressão tem posição preferencial. Embora os crimes eleitorais continuem vigentes, a interpretação hoje é muito mais restritiva: só há crime se houver intenção clara de prejudicar a eleição com inverdades graves, e não apenas a “crítica ácida”.

4.2.2 A Não Recepção do Artigo 323 do Código Eleitoral

O Art. 323 pune a divulgação de fatos inverídicos na propaganda.

- **O debate:** Antes da reforma de 2021, o texto era vago. Discutia-se se ele feria o princípio da **taxatividade** (o crime deve ser claro).
- **A solução:** O Congresso Nacional aprovou a Lei nº 14.192/2021, que atualizou o dispositivo para focar em elementos mais concretos, como a “propaganda partidária ou eleitoral” e a “capacidade de exercer influência perante o eleitorado”, tentando sanar as dúvidas de constitucionalidade.

4.2.3 Conflito entre Lei das Eleições (Cível) vs. Código Eleitoral (Penal)

Muitas condutas que são **crimes** no Código Eleitoral de 65 passaram a ser apenas **infrações administrativas/cíveis** na Lei 9.504/97.

- **Princípio da Intervenção Mínima:** Defende-se que, se uma multa pesada (esfera cível) é suficiente para coibir a propaganda irregular, não haveria necessidade de sanção penal (prisão).
- **Exemplo:** O uso de símbolos oficiais. Embora o Art. 40 da Lei 9.504/97 preveja crime, há uma tendência jurisprudencial de tratar irregularidades menores de propaganda apenas no âmbito das multas, deixando o Direito Penal para casos de extrema gravidade.

PRINCIPAIS CRIMES ELEITORAIS RELACIONADOS COM PROPAGANDA ELEITORAL

Abaixo, estão elencados os principais tipos penais eleitorais previstos no **Código Eleitoral (CE)** e na **Lei das Eleições (Lei 9.504/97)**, divididos por categoria:

1. Crimes contra a Fé Pública e a Honra (Propaganda Ofensiva)

Esses crimes ocorrem quando a propaganda é utilizada para atacar a dignidade ou espalhar mentiras sobre adversários.

Calúnia Eleitoral (Art. 324, CE): Caluniar alguém na propaganda ou para fins de propaganda, imputando-lhe falsamente fato definido como crime.

Difamação Eleitoral (Art. 325, CE): Difamar alguém, na propaganda, imputando-lhe fato ofensivo à sua reputação.

Injúria Eleitoral (Art. 326, CE): Injuriar alguém, na propaganda, ofendendo-lhe a dignidade ou o decoro.

Denúnciação Caluniosa Eleitoral (Art. 326-A, CE): Dar causa à investigação policial ou processo contra candidato que se sabe inocente, com finalidade eleitoral.

Divulgação de Fake News (Art. 323, CE): Divulgar, na propaganda, fatos que sabe serem inverídicos em relação a partidos ou candidatos, capazes de exercer influência perante o eleitorado.

2. Crimes de Conduta na Propaganda (Atos Proibidos)

Aqui estão as condutas que ferem a liberdade de propaganda ou as regras de espaço público.

- **Boca de Urna (Art. 39, § 5º, Lei 9.504/97):** Realizar, no dia da eleição, propaganda de partidos ou candidatos, arremimentação de eleitores ou uso de alto-falantes.
- **Propaganda de Guerra ou Preconceito (Art. 334, CE):** Utilizar organização comercial para propaganda ou realizar propaganda que incite violência, desordem social ou preconceitos (conforme vedações do Art. 243, CE).

- **Uso de Símbolos Oficiais (Art. 40, Lei 9.504/97):** Utilizar na propaganda símbolos, frases ou imagens associadas a órgãos do governo ou administrações públicas.
- **Contratação de Ofensas na Internet (Art. 57-H, § 1º, Lei 9.504/97):** Contratar grupos de pessoas para emitir mensagens ofensivas na internet contra candidatos ou partidos.

3. Crimes contra o Patrimônio e a Propaganda Alheia

Tipos penais que protegem o material de propaganda legítimo de outros candidatos.

- **Inutilização de Propaganda (Art. 331, CE):** Inutilizar, alterar ou destruir propaganda feita legitimamente.
- **Impedimento de Propaganda (Art. 332, CE):** Impedir o exercício da propaganda eleitoral legítima.
- **Retenção de Propaganda (Art. 335, CE):** Deter ou reter material de propaganda eleitoral de candidato, partido ou coligação.

4. Crimes de Propaganda na Radiodifusão

- **Propaganda em Rádio ou TV (Art. 338, CE):** O responsável por emissora que transmitir propaganda política fora dos períodos e condições legais.

Fortaleza/CE, 07 de julho de 2026.

CELSON COSTA LIMA VERDE LEAL
Procurador Regional Eleitoral



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL

Registro de Arquivo Complementar

(Gerado automaticamente pelo sistema)

Expediente:

PR-CE-00045199/2026 - ORIENTAÇÃO NORMATIVA nº 2-2026

Complementar - OrientacaoPRECEn002-2026-PropagandoEleitoralAntecipada(PR-CE-

Este arquivo complementar poderá ser acessado pelo link abaixo:

[OrientacaoPRECEn002-2026-PropagandoEleitoralAntecipada\(PR-CE-00045199.2026\).docx](#)