

ELDER MAIA GOLTZMAN

GUIA
PRÁTICO DA
**PROPAGANDA
ELEITORAL**

DAS RUAS AO AMBIENTE DIGITAL

PREFÁCIO: RODRIGO LÓPEZ ZILIO
APRESENTAÇÃO: MARILDA DE PAULA SILVEIRA

EDITORA LUMEN JURIS
RIO DE JANEIRO
2026

Sumário

Sobre o Autor	VII
Nota do Autor	IX
Prefácio	XIX
Apresentação	XXIII
1 Princípios da Propaganda Eleitoral	1
1.1 Legalidade	2
1.2 Liberdade de expressão	2
1.3 Dignidade da pessoa humana	6
1.4 Isonomia	9
1.5 Acessibilidade e inclusão política.....	10
1.6 Vedação à desinformação e proteção da integridade eleitoral.....	11
1.7 Impessoalidade administrativa e vedação ao uso eleitoral da máquina pública	13
2 Propaganda Eleitoral Antecipada e Propaganda Antecipada Negativa	15
2.1 O conceito de propaganda eleitoral.....	15
2.2 O marco temporal da propaganda eleitoral.....	16
2.3 A fase de pré-campanha	17
2.4 Os limites da forma: meios proscritos e locais vedados com finalidade eleitoral	18
2.5 Outdoors na pré-campanha.....	19
2.6 A exceção dos atos parlamentares.....	21
2.7 O pedido explícito de voto e a teoria das palavras mágicas	23
2.8 A quebra da isonomia	26
2.9 Propaganda antecipada negativa.....	29

2.10 Liberdade artística	30
2.11 A liberdade universitária/escolar.....	31
2.12 Competência.....	33
3 Propaganda Política e sua intersecção com a propaganda eleitoral	35
3.1 O gênero propaganda política e suas espécies	35
3.2 A Propaganda partidária e o papel dos partidos	36
3.2.1 O direito de antena.....	37
3.2.2 Das limitações da propaganda partidária no rádio e na TV	38
3.2.3 Sanções e processamento	39
3.3 Entendendo a jurisprudência sobre desvirtuamento da propaganda partidária	40
3.4 Outras formas de propaganda partidária.....	44
3.5 Propaganda intrapartidária	46
3.5.1 Quebra da isonomia.....	47
3.5.2 Propaganda intrapartidária e internet.....	50
3.6 Propaganda Institucional	51
4 Propaganda no período eleitoral.....	57
4.1 Regras gerais de propaganda eleitoral	57
4.1.1 Limites ao exercício da propaganda.....	61
4.1.2 A regra dos 30%.....	62
4.1.3 Vedação à simulação de urna	64
4.1.4 Organização de atos de campanha	64
4.1.5 Conhecimento prévio e sanção	65
4.1.6 Solidariedade da multa.....	66
4.2 Propaganda eleitoral em outdoor.....	68
4.3 O efeito outdoor (efeito visual único)	70
4.4 Propaganda nos comitês de campanha	72
4.5 Propaganda eleitoral em bens públicos	73
4.5.1 Notificação para regularização em bens de uso comum e sanção	79
4.6 Propaganda eleitoral em bens particulares.....	81

4.6.1 Estacionamentos em órgãos públicos e uso de veículos privados adesivados.....	83
4.6.2 Propaganda eleitoral em táxis, transportes coletivos e transporte por aplicativo	84
4.7 Material gráfico de propaganda.....	85
4.8 Derrame de santinhos.....	87
4.9 Jingles de campanha.....	89
4.10 Regras para sonorização e eventos	90
4.11 Showmícios e a classe artística.....	93
4.12 Brindes	94
4.13 Propaganda eleitoral na imprensa escrita	96
4.14 Propaganda eleitoral na televisão e no rádio	98
4.14.1 A Regra dos 25% e a invasão eleitoral	102
4.15 Propaganda eleitoral e assédio eleitoral no local de trabalho	102
4.16 Dia do pleito	104
5 Poder de polícia e propaganda eleitoral.....	107
5.1 Poder de polícia.....	107
5.2 O poder de polícia na Justiça Eleitoral	111
5.2.1 Em quais casos aplicar o poder de polícia?.....	111
5.2.2 Quando aplicar o poder de polícia?.....	115
5.2.3 Características do poder de polícia na Justiça Eleitoral	116
5.3 O poder de polícia na internet.....	125
5.4 O controle do exercício do poder de polícia	128
6 Principais regras e vedações na propaganda eleitoral na internet.....	131
6.1 Uma mudança de paradigma na forma de comunicação política	132
6.2 A Justiça Eleitoral pode regular a internet?	133
6.3 A internet e pré-campanha	135
6.4 O impulsionamento de conteúdos	138
6.4.1 Sanções no caso de impulsionamento.....	149
6.5 Regras gerais da propaganda eleitoral na internet.....	150
6.6 Militância digital e influenciadores digitais	153
6.6.1 Perfis criados por IA.....	154

7 Representação por Propaganda Eleitoral Irregular e Remoção de Conteúdo Online	157
7.1 A remoção de conteúdo e a moderação de conteúdo.....	158
7.1.1 A remoção de conteúdo na Justiça Eleitoral.....	158
7.1.2 A moderação de conteúdo pelas plataformas	159
7.2 A inconstitucionalidade parcial do art. 19 do Marco Civil da Internet.....	160
7.2.1 A responsabilidade solidária das plataformas.....	163
7.3 A representação por propaganda eleitoral irregular: uma visão geral	166
7.4 O processo de remoção de conteúdo na internet	172
7.5 A comunicação da decisão e os limites tecnológicos.....	178
7.6 Identificando o responsável pela propaganda eleitoral irregular.....	180
7.7 Liminar, contestação, parecer, sentença e recurso	182
7.8 Perda do objeto?	183
8 Propaganda Eleitoral e Inteligência Artificial	185
8.1 O que é inteligência artificial?.....	185
8.2 Principais regras de utilização da IA nas propagandas eleitorais	188
8.2.1 Chatbot e avatares	191
8.2.2 A “lei seca digital”	192
8.3 Inteligência artificial e desinformação	193
8.3.1 O deep fake na propaganda eleitoral	194
8.3.1.1 Identificação técnica do deep fake.....	196
8.3.1.2 Inversão do ônus da prova nas representações envolvendo IA.....	196
8.3.2 Deepnudes e a violência política de gênero	198
8.4 Principais ferramentas de IA generativa utilizadas na produção de imagens e vídeos	200
8.4.1 Sora (OpenAI)	200
8.4.2 Veo (Google)	200
8.4.3 Imagen 3 e Nano Banana (Google).....	200
8.4.4 Runway (Gen-3 Alpha).....	201

8.4.5 Midjourney	201
8.5 Alucinação de IA nas petições: um alerta necessário	201
8.5.1 O precedente do TSE sobre julgados inexistentes	202
9 Liberdade de expressão, propaganda eleitoral e internet:	
temas polêmicos	205
9.1 A liberdade de expressão e a internet.....	205
9.2 Anonimato e multa do art. 57-D	207
9.2.1 A expansão da incidência da multa do art. 57-D.....	208
9.2.1.1 O caso Nikolas Ferreira.....	208
9.2.2 A sedimentação da tese nos tribunais e o efeito multiplicador	210
9.2.3 A Transversalidade da multa: do digital ao meio físico	213
9.2.4 A IA como desdobramento da liberdade de expressão e seus limites	214
9.3 Crítica política na internet	215
9.3.1 A acidez das matérias jornalísticas e blogs	217
9.3.2 O escrutínio da gestão e a impessoalidade	220
9.3.3 A fronteira do ataque pessoal	221
9.4 Propaganda eleitoral em grupos de mensageria instantânea	222
9.4.1 A lesividade do conteúdo e o fim da impunidade em grupos	223
9.4.2 A interpretação do art. 33, § 2º, frente à Constituição.....	224
9.5 Remoção de perfil em redes sociais.....	225
Referências	227