

BANDEIRAS ELEITORAIS, POLUIÇÃO VISUAL E APROPRIAÇÃO DO ESPAÇO URBANO: LIMITES DA PROPAGANDA NAS RUAS E PRAÇAS DO CEARÁ NAS ELEIÇÕES DE 2026

Plinyo Paccioly Rodrigues Santos¹

RESUMO: O presente artigo examina criticamente a utilização massiva de bandeiras eleitorais em vias públicas, rotatórias, canteiros, cruzamentos, avenidas e áreas próximas a praças, com especial atenção à realidade do Estado do Ceará nas Eleições de 2026. Parte-se de uma indagação simples, mas juridicamente relevante: qual é a utilidade democrática de ocupar reiteradamente a paisagem urbana com centenas de bandeiras contendo, em regra, o nome, a fotografia, as cores e o número de um candidato, quando a repetição pode ultrapassar a função informativa e converter-se em saturação visual? A pesquisa adota método qualitativo, bibliográfico e documental, mediante diálogo entre Direito Eleitoral, Direito Ambiental, Direito Urbanístico e princípios constitucionais. Analisa-se o art. 37 da Lei nº 9.504/1997, o art. 243, VIII, do Código Eleitoral, a Resolução TSE nº 23.610/2019, atualizada para 2026, atos do TRE-CE e orientações do Ministério Público Eleitoral. Sustenta-se que a licitude abstrata da bandeira móvel não elimina a possibilidade de impactos sobre a estética urbana, a mobilidade, a acessibilidade, a segurança viária e a fruição coletiva do espaço público. O estudo propõe uma leitura baseada na proporcionalidade, na função comunicativa da propaganda e na tutela do meio ambiente artificial, defendendo aperfeiçoamento normativo capaz de disciplinar concentração, densidade e localização das bandeiras sem suprimir a liberdade de propaganda.

1

Palavras-chave: Propaganda eleitoral. Bandeiras. Poluição visual. Meio ambiente urbano. Ceará. Eleições 2026.

ABSTRACT: This article critically examines the massive use of electoral flags on public roads, roundabouts, medians, intersections, avenues and areas near public squares, with special attention to the State of Ceará during Brazil's 2026 elections. It asks whether the repeated occupation of the urban landscape by hundreds of flags bearing candidates' names, images, colors and ballot numbers remains genuinely informative or becomes visual saturation. Using qualitative, bibliographical and documentary methods, the study connects Electoral Law, Environmental Law, Urban Law and constitutional principles. It discusses Article 37 of Law No. 9,504/1997, Article 243(VIII) of the Electoral Code, TSE Resolution No. 23,610/2019 as amended for 2026, Ceará Electoral Court regulations and guidance from the Electoral Public Prosecutor's Office. The article argues that the abstract legality of movable flags does not eliminate their possible effects on urban aesthetics, mobility, accessibility, road safety and collective enjoyment of public space. It proposes a proportionality-based interpretation focused on the communicative function of electoral advertising and the protection of the artificial environment, as well as regulatory improvements concerning concentration, density and location of electoral flags.

Keywords: Electoral advertising. Flags. Visual pollution. Urban environment. Ceará. 2026 elections.

¹Mestre em direito privado; advogado e professor na universidade christus (UNICHRISTUS).

INTRODUÇÃO

A campanha eleitoral é, por definição, um período de intensificação da comunicação política. Candidaturas precisam tornar-se conhecidas, apresentar ideias, fixar nomes, divulgar números e disputar a atenção do eleitor. Essa disputa, contudo, não acontece em um espaço abstrato. Ela ocorre nas cidades, nos bairros, nas ruas, nas praças, nas avenidas e, cada vez mais, nas telas dos cidadãos. Quando a propaganda ocupa o espaço físico, a liberdade de comunicação política passa a conviver com outros bens juridicamente protegidos: mobilidade, segurança, acessibilidade, estética urbana, paisagem, sossego, meio ambiente equilibrado e uso comum dos bens públicos.

Nas eleições brasileiras, a bandeira transformou-se em um dos símbolos mais visíveis da campanha de rua. Em tese, trata-se de meio simples: um suporte, tecido ou material semelhante, cores partidárias, nome, fotografia e número do candidato. Na prática, porém, o problema raramente está em uma bandeira isolada. A questão surge quando dezenas ou centenas delas são distribuídas em sequência, ocupando eixos viários, rotatórias, cruzamentos, canteiros e pontos de grande circulação. A repetição é deliberada: pretende produzir reconhecimento, memorização e sensação de presença política. É justamente nessa passagem da informação para a saturação que se encontra o objeto deste estudo.

2

A inquietação que orienta o trabalho pode ser formulada nos seguintes termos: se a função da propaganda eleitoral é informar e persuadir o eleitor, até que ponto a multiplicação de bandeiras idênticas em um mesmo trecho urbano continua cumprindo uma finalidade democrática legítima? O que acrescenta a centésima bandeira do mesmo candidato depois de o transeunte já ter visto dezenas delas na mesma avenida? Há diferença jurídica e democrática entre tornar uma candidatura visível e dominar visualmente um espaço público? E, sobretudo, a autorização legal para utilização de bandeiras móveis deve ser interpretada como uma licença para a saturação ilimitada da paisagem?

A pergunta é especialmente pertinente no Ceará em 2026. Em 4 de setembro, a Comissão de Fiscalização da Propaganda Eleitoral em Fortaleza informou a apreensão de 1.986 bandeiras, windbanners e artefatos semelhantes encontrados em vias públicas no período noturno, em desacordo com a exigência de retirada após as 22 horas. O número, por si só, é revelador da escala material que esse instrumento de campanha pode alcançar em uma única cidade. Não se trata, portanto, de uma discussão meramente estética ou teórica, mas de fenômeno concreto de ocupação intensiva do ambiente urbano.

O argumento desenvolvido não é o de que toda bandeira eleitoral constitui propaganda ilícita. A legislação brasileira expressamente admite bandeiras ao longo das vias públicas, desde que móveis e sem prejuízo ao trânsito de pessoas e veículos. O ponto central é outro: legalidade formal do instrumento e legitimidade do modo de utilização não são conceitos necessariamente coincidentes. A disciplina eleitoral estabelece condições mínimas, mas o ordenamento jurídico deve ser interpretado sistematicamente, inclusive à luz do art. 225 da Constituição, da Política Nacional do Meio Ambiente e da norma do Código Eleitoral que rejeita propaganda prejudicial à higiene e à estética urbana.

A hipótese é que o modelo atual contém uma lacuna regulatória relevante: controla horário, mobilidade e circulação, mas não estabelece critério objetivo de densidade, quantidade ou distância mínima entre bandeiras. Essa ausência permite que um meio individualmente lícito produza, por acumulação, resultado ambiental e urbanístico questionável. A própria legislação eleitoral conhece a ideia de efeito visual conjunto em outros contextos, o que demonstra que a avaliação jurídica da propaganda não precisa ficar limitada à análise atomizada de cada peça.

Metodologicamente, utiliza-se pesquisa qualitativa, bibliográfica e documental. O estudo parte dos artigos acadêmicos fornecidos como base, especialmente o trabalho de Fernanda Netto Estanislau e Vivian Lacerda Moraes sobre propaganda eleitoral como poluição ambiental e o estudo de Murilo Raili Sabino de Souza e Aluska Nidiane dos Santos Carneiro acerca da relação entre competência eleitoral e ambiental. Esses textos são confrontados com a legislação e com fontes institucionais atualizadas para as Eleições de 2026, em especial TSE, TRE-CE, Ministério Público Federal/Eleitoral e TRE-TO.

O recorte cearense não pretende afirmar que o fenômeno seja exclusivo do Estado. Ao contrário, a presença maciça de bandeiras é nacional. O Ceará é adotado como campo privilegiado de análise porque as eleições de 2026 oferecem evidências recentes de fiscalização, regulamentação própria do poder de polícia e uma realidade urbana diversificada, que vai da metrópole de Fortaleza às cidades médias, pequenos municípios, áreas litorâneas e centros históricos. Em todos esses espaços, a paisagem é patrimônio cotidiano da coletividade e não mero suporte neutro para a competição eleitoral.

A PROPAGANDA ELEITORAL E SUA FUNÇÃO DEMOCRÁTICA

A propaganda eleitoral possui função constitucionalmente relevante. Eleições competitivas pressupõem circulação de informações sobre candidaturas, partidos, programas,

alianças e propostas. Sem possibilidade real de comunicação, a liberdade de escolha do eleitor seria esvaziada, porque o voto não é apenas ato formal de comparecimento à urna, mas decisão que depende de conhecimento mínimo acerca das alternativas disponíveis. Por isso, o sistema jurídico protege a liberdade de propaganda ao mesmo tempo em que a submete a limites.

Estanislau e Moraes recuperam concepções doutrinárias segundo as quais a propaganda é técnica de apresentação de argumentos e opiniões destinada a produzir adesão e, no campo eleitoral, manifestação dirigida ao conhecimento geral da candidatura e das razões pelas quais determinado postulante pretende ser escolhido. A finalidade é, portanto, comunicativa e persuasiva: fazer conhecer e convencer. Não é necessário negar essa finalidade para criticar excessos. Ao contrário, é justamente porque a propaganda tem função que se pode perguntar quando determinado meio deixa de agregar informação e passa a funcionar apenas como ocupação repetitiva da atenção e do espaço.

A bandeira é particularmente eficiente para uma função específica: fixação de identidade. Em poucos segundos, o motorista ou pedestre identifica cores, nome, rosto e número. Sua lógica é semelhante à repetição publicitária: quanto maior a exposição, maior a probabilidade de lembrança. Na política eleitoral brasileira, em que o voto para cargos proporcionais exige memorização numérica, essa característica explica por que campanhas investem em presença visual constante. O sentido da bandeira, assim, não é aprofundar programa de governo; é produzir reconhecimento e lembrança.

4

Esse dado ajuda a responder à pergunta sobre o 'sentido' de tantas bandeiras. O objetivo provável é aumentar frequência de exposição e criar familiaridade com a candidatura. Entretanto, reconhecer uma finalidade mercadológica ou eleitoral não significa reconhecer ilimitadamente sua legitimidade jurídica. A cidade não é um painel publicitário disponível ao candidato que tiver maior estrutura financeira ou maior número de apoiadores. O espaço público é compartilhado por eleitores, não eleitores, crianças, trabalhadores, turistas, comerciantes, pessoas com deficiência, motoristas e moradores, todos titulares de interesses que não desaparecem durante o calendário eleitoral.

Há, ainda, uma dimensão de igualdade eleitoral. A ocupação física massiva pode funcionar como demonstração de força econômica e organizacional. Uma candidatura com recursos para manter grande quantidade de pessoas, bases, suportes e logística de colocação e retirada consegue transformar determinados corredores urbanos em ambientes visualmente associados à sua identidade. Ainda que cada peça, isoladamente, obedeça aos requisitos formais,

a concentração pode gerar uma assimetria perceptiva que merece ser discutida sob a ótica da paridade de armas e da neutralidade do espaço público.

O Ministério Público Federal, em orientação publicada para as Eleições 2026, recorda que a busca por votos 'não é um vale tudo' e que a propaganda nas ruas se submete a leis e resoluções do TSE. A observação é importante porque resume a lógica do sistema: liberdade é a regra, mas a campanha permanece juridicamente vinculada à proteção do eleitor, da igualdade da disputa e dos espaços em que a comunicação ocorre.

Portanto, a crítica às bandeiras em excesso não é uma crítica à democracia nem à campanha de rua. O problema não é o candidato tornar-se visível; é saber qual intensidade de ocupação do espaço continua proporcional à finalidade informativa. Uma democracia vibrante pode conviver com manifestações, caminhadas, bandeiras empunhadas por apoiadores e comunicação política intensa. O que se questiona é a transformação prolongada da paisagem comum em sequência praticamente contínua de marcas eleitorais.

O REGIME JURÍDICO DAS BANDEIRAS NAS ELEIÇÕES DE 2026

Lei nº 9.504/1997 e Resolução TSE nº 23.610/2019

O ponto de partida normativo é o art. 37 da Lei nº 9.504/1997. O caput veda propaganda de qualquer natureza nos bens pertencentes ao Poder Público, nos bens cujo uso dependa de cessão ou permissão e nos bens de uso comum, alcançando postes, sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus e outros equipamentos urbanos. A regra revela uma opção legislativa clara: bens públicos e equipamentos urbanos não devem ser apropriados como suportes ordinários de propaganda.

A própria lei, todavia, cria exceção para bandeiras ao longo das vias públicas. O art. 37, § 6º, admite sua utilização desde que sejam móveis e não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos. O § 7º define a mobilidade temporalmente, mediante colocação e retirada entre 6 e 22 horas. Para 2026, a Resolução TSE nº 23.610/2019 mantém essa estrutura e esclarece que a bandeira pode estar fixada em base ou suporte durante o intervalo permitido, sem perder a característica de mobilidade, desde que seja efetivamente colocada e retirada nos horários estabelecidos.

A Resolução também reforça a acessibilidade. Ao tratar das bandeiras, exige que não prejudiquem o trânsito de pessoas, inclusive usuários de cadeira de rodas e pessoas que se orientam por pisos direcionais e de alerta. Esse detalhe normativo é significativo: a licitude não

depende apenas de a bandeira 'caber' fisicamente no local; é necessário preservar a funcionalidade do espaço urbano para diferentes usuários.

Nas árvores e jardins localizados em áreas públicas, a propaganda é proibida mesmo que não cause dano físico. Essa vedação é particularmente importante para praças, canteiros ajardinados e rotatórias paisagísticas. Em 2026, o TSE passou a prever expressamente a possibilidade de entrega de material de campanha em espaços públicos abertos de convivência, incluindo praças, feiras e parques, desde que não se comprometa a livre circulação nem o uso regular. Essa autorização para entrega de material não equivale a uma autorização genérica para instalação de bandeiras em jardins, árvores ou qualquer ponto da praça.

Há, assim, diferença entre presença humana com material de campanha, bandeira ao longo de via pública e fixação de propaganda em bem público. Essa distinção precisa ser respeitada. Uma pessoa que segura uma bandeira durante um ato político não se confunde com uma sequência de bases instaladas no solo de uma praça; uma bandeira móvel na lateral de uma avenida não se confunde com propaganda amarrada em árvore; e a distribuição de panfletos em praça não transforma o mobiliário urbano em suporte publicitário.

Código Eleitoral e estética urbana

6

O debate ganha densidade quando se considera o art. 243 do Código Eleitoral. O inciso VIII estabelece que não será tolerada propaganda que prejudique a higiene e a estética urbana ou contravenha a posturas municipais ou a qualquer outra restrição de direito. Essa norma é central para a tese aqui desenvolvida porque demonstra que a estética urbana não é mero gosto pessoal sem relevância jurídica. O próprio Direito Eleitoral a reconhece como valor a ser protegido.

Estanislau e Moraes destacam exatamente essa preocupação histórica e observam que as reformas eleitorais foram restringindo formas de propaganda em equipamentos urbanos, árvores, jardins, muros e outros espaços. A evolução legislativa pode ser lida como processo de redução da apropriação física da cidade pela publicidade eleitoral. Outdoors, cavaletes e várias formas antes comuns foram sendo limitados ou proibidos. A bandeira móvel permaneceu como exceção, mas isso não significa que deva ser interpretada de modo dissociado da finalidade geral de proteção da ordem urbana.

O inciso VIII do art. 243 permite construir uma leitura sistemática: a bandeira móvel é permitida, porém sua utilização concreta não deveria produzir resultado incompatível com a

estética urbana ou com outras restrições jurídicas. O desafio é que a legislação não define um índice de saturação visual. Não informa quantas bandeiras podem ser colocadas em cem metros, qual distância deve existir entre elas ou quantas peças de uma mesma candidatura podem ocupar uma rotatória. A ausência de métrica torna a fiscalização do excesso mais difícil, mas não elimina o problema jurídico.

POLUIÇÃO VISUAL COMO PROBLEMA AMBIENTAL E URBANÍSTICO

A expressão 'poluição visual' costuma ser utilizada de forma coloquial para designar aquilo que torna a cidade feia ou carregada. Juridicamente, contudo, o tema é mais amplo. O meio ambiente constitucional não se reduz a florestas, rios e fauna. A vida humana ocorre também no meio ambiente artificial, composto pelos espaços urbanos construídos e organizados para moradia, circulação, trabalho, lazer e convivência. A qualidade desse ambiente integra a noção de sadia qualidade de vida.

A Lei nº 6.938/1981 define poluição como degradação da qualidade ambiental resultante de atividades que, direta ou indiretamente, prejudiquem saúde, segurança e bem-estar, criem condições adversas às atividades sociais e econômicas ou afetem desfavoravelmente as condições estéticas ou sanitárias do meio ambiente. O elemento estético aparece expressamente na definição legal. Isso fornece base normativa para reconhecer que alterações intensas da paisagem urbana podem ultrapassar o campo da preferência subjetiva.

7

O artigo de Estanislau e Moraes é especialmente incisivo nesse ponto. As autoras tratam a poluição visual como resultado da quantidade de elementos destinados à comunicação e associam o fenômeno ao desconforto visual dos transeuntes e à descaracterização cultural da cidade. A partir de Fiorillo, ressaltam que a poluição visual não se limita à feiura: pode afetar bem-estar, segurança e condições de vida no espaço urbano. A tese é relevante para as bandeiras porque desloca a análise do objeto isolado para o efeito cumulativo.

Uma única bandeira dificilmente descaracteriza uma avenida. Cem bandeiras idênticas, colocadas em sequência curta, produzem fenômeno diferente. O Direito Ambiental está acostumado a lidar com efeitos cumulativos: pequenas intervenções podem, somadas, produzir impacto significativo. No campo visual, a repetição reduz a diversidade da paisagem, compete com sinalização, mobiliário, arborização, fachadas e referências espaciais, além de transformar o ambiente comum em cenário de campanha.

Souza e Carneiro, no estudo sobre competência ambiental nas eleições, sustentam a necessidade de diálogo entre Direito Eleitoral e Direito Ambiental. O trabalho parte da constatação de que práticas eleitorais podem causar poluição visual, sonora e estética e defende atuação integrada dos órgãos eleitorais e ambientais. A contribuição é importante porque evita um falso dilema: não é necessário escolher entre liberdade eleitoral e proteção ambiental; o desafio é coordenar competências e interpretar as normas de forma a preservar ambos os valores.

Essa abordagem é especialmente adequada às bandeiras. O fato de o Direito Eleitoral regulamentar horário e mobilidade não deveria significar imunidade ambiental para toda e qualquer forma de concentração. Da mesma maneira, a legislação ambiental não pode ser usada como pretexto genérico para suprimir propaganda lícita. A solução precisa ser proporcional, objetiva e previsível, permitindo comunicação política, mas impedindo que o espaço urbano seja visualmente monopolizado.

O PROBLEMA DA REPETIÇÃO: QUANDO A INFORMAÇÃO SE TORNA SATURAÇÃO

A principal crítica deste artigo não é dirigida à bandeira enquanto suporte, mas à repetição excessiva. A primeira exposição de uma peça comunica: apresenta nome, número e identidade visual. A segunda reforça. A terceira amplia a lembrança. Em algum momento, contudo, o ganho informativo marginal se aproxima de zero. A partir daí, a função predominante deixa de ser informar e passa a ser ocupar atenção e território visual.

Esse ponto é importante porque a propaganda eleitoral não deve ser avaliada apenas pelo conteúdo, mas também pelo modo de veiculação. Uma mesma mensagem repetida centenas de vezes em um trecho curto não se torna centenas de vezes mais informativa. A quantidade produz um efeito qualitativamente novo: saturação. O cidadão deixa de encontrar uma mensagem no espaço e passa a atravessar um espaço transformado pela mensagem.

Rotatórias são exemplo emblemático. Elas possuem função viária e frequentemente paisagística. A atenção do condutor deve estar orientada para fluxo, preferência, pedestres, ciclistas, motocicletas, placas e movimentos laterais. A colocação de numerosas bandeiras no entorno cria estímulos visuais adicionais, sobretudo quando tecidos se movimentam com o vento e apresentam cores contrastantes. Mesmo sem afirmar automaticamente a existência de risco técnico em todo caso, o princípio da prudência recomenda que pontos de decisão viária não sejam tratados como vitrines ilimitadas de propaganda.

Em avenidas, o efeito pode ser semelhante. Fileiras sucessivas de bandeiras, muitas vezes de candidaturas concorrentes, criam uma espécie de corredor publicitário eleitoral. O espaço urbano passa a ser percebido por camadas de cores e números. Para o pedestre, a experiência pode ser de cansaço e intrusão; para o motorista, de estímulo periférico; para o morador ou comerciante, de alteração temporária da paisagem cotidiana. O problema não é que alguém discorde politicamente da mensagem, mas que todos são submetidos continuamente a ela em um bem de uso comum.

A presença de pessoas segurando bandeiras acrescenta outra dimensão. O exercício individual de manifestação política é legítimo e protegido. Entretanto, campanhas podem organizar grupos em pontos estratégicos durante horas, reproduzindo a mesma mensagem visual de forma serial. Novamente, não se propõe proibição geral. O que se questiona é se a concentração artificial e reiterada em locais sensíveis pode ser objeto de critérios de organização urbana, especialmente quando reduz passagem, cria aglomeração ou transforma espaço de circulação em extensão permanente de comitê eleitoral.

A saturação também pode afetar a própria qualidade da comunicação política. Quanto mais a campanha se resume à exposição de rosto e número, menor é o incentivo para conteúdo programático. A bandeira não explica política pública, não compara propostas e não oferece razões substantivas para o voto. Seu valor está na lembrança. Em excesso, a campanha de rua pode converter o debate democrático em competição por reconhecimento de marca, favorecendo candidaturas capazes de financiar maior presença territorial.

Isso não significa que toda comunicação política deva ser discursiva ou complexa. Eleições de massa exigem mensagens simples. A crítica é de proporcionalidade: se o objetivo é fixar nome e número, é razoável perguntar quantas repetições são necessárias para alcançar essa finalidade e quando a insistência passa a impor custo coletivo maior do que o benefício informativo produzido.

RUAS, PRAÇAS, CANTEIROS E ROTATÓRIAS: A NATUREZA DO ESPAÇO IMPORTA

A expressão legal 'ao longo das vias públicas' não deve ser tratada como autorização indiferenciada para qualquer ponto do espaço público. Vias, calçadas, canteiros, jardins, praças e equipamentos urbanos possuem funções distintas. A Resolução TSE nº 23.610/2019, em sua redação aplicável a 2026, reconhece essa diversidade ao vedar propaganda em árvores e jardins

públicos e, ao mesmo tempo, permitir entrega de material em espaços abertos de convivência sob condição de preservação da circulação e do uso regular.

Praças merecem cuidado. São espaços de encontro, lazer, memória, arborização, turismo e convivência comunitária. Em cidades do interior do Ceará, muitas praças estruturam a identidade do centro urbano, cercando igrejas, mercados, equipamentos culturais e prédios históricos. A transformação desses locais em conjuntos densos de bandeiras pode atingir não apenas estética abstrata, mas a experiência cultural e comunitária do lugar.

No litoral cearense, o argumento assume dimensão turística. Municípios e distritos costeiros dependem fortemente da imagem urbana e paisagística. A campanha eleitoral é temporária, mas ocorre durante semanas e pode coincidir com fins de semana, eventos e períodos de circulação turística. A ocupação excessiva de entradas de cidades, orlas, praças e avenidas por propaganda seriada interfere na apresentação visual do destino e pode gerar percepção de desorganização.

Canteiros centrais e rotatórias também não devem ser automaticamente equiparados a simples laterais de via. Muitos são jardins públicos, hipótese em que a própria Lei das Eleições contém vedação específica. Outros cumprem função de separação, orientação e segurança viária. Por isso, a análise deve considerar a natureza concreta do local, e não apenas o fato de estar geograficamente próximo a uma avenida.

10

A questão das calçadas é igualmente sensível. A norma eleitoral exige que bandeiras não dificultem o trânsito de pessoas, incluindo cadeirantes e usuários de piso tátil. Em calçadas estreitas, uma base aparentemente pequena pode reduzir faixa livre, obrigar desvios ou criar obstáculo. Quando dezenas de suportes são distribuídos em sequência, o efeito sobre acessibilidade pode ser maior que o de cada objeto isolado. A fiscalização, portanto, deve observar percurso e continuidade da circulação.

O uso comum é a chave interpretativa. Espaço público não é espaço sem dono; é espaço pertencente à coletividade. A liberdade de propaganda nele exercida deve ser compatível com sua destinação. O candidato possui direito de comunicar-se, mas não direito de excluir simbolicamente os demais usos do local. Quanto mais intensa a ocupação, maior deve ser o cuidado para preservar pluralidade, passagem e neutralidade funcional.

O CEARÁ NAS ELEIÇÕES DE 2026: UM CASO CONCRETO DE ESCALA

O Ceará oferece em 2026 um exemplo particularmente expressivo da dimensão do fenômeno. O TRE-CE informou que a Comissão de Fiscalização da Propaganda Eleitoral em Fortaleza apreendeu, em uma operação noturna, 1.986 bandeiras, windbanners e artefatos semelhantes espalhados em vias públicas. A razão imediata foi objetiva: esses meios devem ser retirados às 22 horas. A fiscalização, portanto, aplicou a regra de mobilidade temporal prevista na legislação eleitoral.

O episódio não prova, por si só, que as quase duas mil peças fossem irregulares durante o dia, nem autoriza concluir que quantidade elevada seja atualmente proibida. Sua importância para este artigo é outra: demonstra empiricamente a escala possível de ocupação física da cidade. Se uma única ação encontra quase dois mil artefatos fora do horário, é legítimo perguntar quantos são instalados diariamente e qual efeito conjunto produzem na paisagem de Fortaleza.

O TRE-CE estruturou para 2026 disciplina específica do poder de polícia. A Resolução TRE-CE nº 1.100/2026 e o Provimento CRE-CE nº 5/2026 organizam a atuação dos juízes eleitorais e a fiscalização da propaganda no Estado. O poder de polícia tem função de inibir ou fazer cessar práticas ilegais, sem se converter em censura prévia. Esse desenho institucional é adequado para enfrentar violações objetivas, como propaganda em local proibido, obstáculo à circulação ou permanência após o horário.

11

A dificuldade aparece na zona cinzenta do excesso quantitativo. Se cinquenta bandeiras de uma mesma candidatura são colocadas em trecho curto, todas móveis, retiradas às 22 horas e sem bloqueio físico evidente, a legislação eleitoral atual não oferece critério numérico direto para afirmar irregularidade. É precisamente aí que a discussão sobre estética urbana, efeito cumulativo e proporcionalidade se torna relevante.

Fortaleza, por sua densidade e complexidade viária, evidencia o problema de maneira intensa, mas ele não se limita à capital. Em municípios menores, poucas dezenas de bandeiras podem dominar visualmente a principal avenida, a praça matriz ou a entrada da cidade. A proporcionalidade espacial é diferente: o mesmo número de peças que se dilui em grande corredor metropolitano pode saturar completamente um centro urbano pequeno.

Por isso, uma política regulatória nacional ou estadualmente coordenada deveria considerar não apenas quantidade absoluta, mas densidade por extensão, características do local e segurança. Critérios simples poderiam estabelecer distância mínima entre suportes, proibição

de concentração em ilhas de rotatórias, preservação de campo visual de sinalização e limitação de agrupamentos por candidatura em determinado raio.

O Ceará pode ser laboratório institucional dessa discussão. O fato de já possuir comissão de fiscalização, regulamentação específica e atuação visível em 2026 cria condições para coleta de dados: número de apreensões, locais mais problemáticos, denúncias, acidentes ou obstáculos relatados, reincidência e volume de material. Com evidência empírica, futuras eleições poderiam contar com regras mais calibradas e menos dependentes de avaliação subjetiva.

LEGALIDADE NÃO É SINÔNIMO DE AUSÊNCIA DE IMPACTO

Uma das contribuições mais relevantes dos estudos acadêmicos utilizados como base é a separação entre ilicitude eleitoral e impacto ambiental. Estanislau e Moraes sustentam que não é necessário que a propaganda seja eleitoralmente ilícita para que possa produzir poluição. Essa afirmação deve ser manejada com cautela, mas contém ideia juridicamente fértil: uma autorização setorial não apaga automaticamente efeitos regulados por outros ramos do Direito.

Souza e Carneiro chegam a conclusão semelhante pela via da competência. Para os autores, o fato de a Justiça Eleitoral possuir atribuições sobre propaganda não elimina a competência ambiental dos órgãos responsáveis pela tutela do meio ambiente. A atuação deveria ser integrada, especialmente diante de poluição visual, sonora e resíduos. O problema institucional é evitar tanto omissão quanto sobreposição descoordenada.

Em termos jurídicos, isso significa que o art. 37, § 6º, da Lei nº 9.504/1997 não precisa ser lido como salvo-conduto ambiental. Ele estabelece que bandeiras podem ser utilizadas ao longo das vias públicas sob certas condições. Não diz que qualquer quantidade, em qualquer configuração, estará sempre imune a normas de segurança, acessibilidade, posturas urbanas e proteção ambiental. Ao mesmo tempo, restrições locais não podem inviabilizar a propaganda eleitoral por via indireta, sob pena de conflito com a competência da União e com a liberdade política.

A solução está na concordância prática entre direitos e competências. Regras urbanísticas podem disciplinar proteção de jardins, circulação, segurança e paisagem sem selecionar conteúdo político ou favorecer candidatos. A Justiça Eleitoral pode fiscalizar as condições eleitorais e dialogar com municípios e órgãos ambientais quando houver impacto que transcenda a mera forma de propaganda.

O princípio da proporcionalidade oferece método útil. Primeiro, pergunta-se se a bandeira é adequada à finalidade de tornar candidatura conhecida: sim. Depois, se a quantidade utilizada é necessária para essa finalidade: a resposta pode variar e é justamente o ponto negligenciado pela legislação. Por fim, pondera-se se o benefício de exposição adicional compensa os custos impostos à paisagem, circulação e igualdade de uso do espaço. Em situações de saturação extrema, a resposta pode ser negativa.

Esse raciocínio não autoriza decisões arbitrárias. Quanto mais restritiva a medida, maior a necessidade de base normativa clara. Por isso, o artigo não defende que fiscais retirem bandeiras simplesmente porque as consideram 'feias'. Defende que o legislador e a Justiça Eleitoral reconheçam o problema cumulativo e construam parâmetros objetivos, transparentes e iguais para todas as candidaturas.

EFEITO VISUAL ÚNICO E A POSSIBILIDADE DE UMA LEITURA ANALÓGICA CAUTELOSA

A Resolução TSE nº 23.610/2019 contém conceito interessante ao disciplinar adesivos: a justaposição de propaganda que, em conjunto, ultrapasse o limite regulamentar pode caracterizar publicidade irregular em razão do 'efeito visual único'. A regra não foi criada especificamente para bandeiras e não deve ser aplicada automaticamente fora de sua hipótese normativa. Ainda assim, revela um princípio interpretativo importante: o Direito Eleitoral reconhece que peças individualmente analisadas podem formar, em conjunto, uma unidade visual juridicamente relevante.

13

Essa lógica ajuda a compreender a insuficiência de olhar para cada bandeira separadamente. Se dez, cinquenta ou cem bandeiras são posicionadas lado a lado, a experiência do cidadão não é de cem objetos autônomos; é de um corredor visual contínuo. A percepção humana integra repetição, cor e proximidade em um conjunto. A regulação que ignora completamente esse efeito corre o risco de proteger formalmente cada unidade enquanto deixa sem resposta o impacto produzido pelo todo.

Não se propõe aqui estender sanção por analogia prejudicial ao candidato. Em matéria sancionatória, legalidade e tipicidade exigem cautela. O conceito de efeito visual único é utilizado como argumento de política legislativa e interpretação sistemática, não como fundamento isolado para criação judicial de multa não prevista. Ele demonstra, contudo, que o ordenamento já dispõe de linguagem jurídica apta a tratar efeitos cumulativos de propaganda.

Uma futura alteração normativa poderia adotar expressamente essa perspectiva para bandeiras, definindo concentração excessiva por critérios objetivos. Por exemplo, poderia ser estabelecida distância mínima entre bandeiras de uma mesma candidatura ou limite de unidades por determinado trecho, sem impedir apoiadores de portar bandeiras em atos, caminhadas e manifestações espontâneas. A norma deveria distinguir instalação seriada organizada pela campanha de manifestação individual.

Outra possibilidade seria criar zonas de proteção visual reforçada: entorno imediato de rotatórias, semáforos, placas de trânsito, travessias de pedestres, hospitais, escolas, bens tombados, praças históricas e jardins públicos. Parte dessas situações já encontra proteção em normas existentes; a vantagem seria consolidar critérios e reduzir incerteza para candidatos e fiscalização.

ACESSIBILIDADE, SEGURANÇA VIÁRIA E BEM-ESTAR

A discussão sobre bandeiras não deve ficar restrita à beleza da cidade. A Resolução do TSE menciona expressamente cadeiras de rodas e pisos direcionais, o que demonstra preocupação com acessibilidade. A instalação de bases em calçadas pode reduzir faixa livre, interferir no deslocamento de pessoas com deficiência visual ou obrigar cadeirantes a contornar obstáculos. Em trechos estreitos, o problema é concreto e verificável.

14

A segurança viária também merece atenção. Bandeiras são objetos móveis ao vento, de cores fortes e, muitas vezes, posicionados em áreas de decisão de tráfego. Não se afirma que a simples presença de propaganda cause acidentes; tal conclusão exigiria pesquisa empírica específica. O que se sustenta é que rotatórias, cruzamentos, retornos e faixas de pedestres são locais em que o campo visual deve ser preservado e onde a concentração de estímulos não essenciais deve ser avaliada com maior rigor.

O próprio requisito legal de não dificultar o bom andamento do trânsito deve ser compreendido de forma funcional. Dificultar não significa apenas bloquear fisicamente uma pista. Pode envolver redução de visibilidade de sinalização, invasão de área de passagem, estreitamento de calçada ou disposição que force pedestres a mudar de trajetória. Uma fiscalização moderna deve observar o ambiente como sistema de circulação.

Quanto ao bem-estar, a literatura de poluição visual utilizada neste estudo associa excesso de elementos comunicacionais a desconforto e degradação da qualidade do espaço. É prudente evitar afirmações médicas causais sem evidência específica, mas o desconforto

ambiental e a perda de legibilidade urbana são categorias suficientes para justificar discussão jurídica. Cidades são ambientes de permanência, não apenas superfícies para mensagens.

Há ainda o problema da manutenção. Bandeiras podem cair, rasgar, desprender-se ou permanecer abandonadas. A regra de retirada diária reduz esse risco quando cumprida, mas a escala da operação aumenta a probabilidade de falhas. Quanto maior o volume, maior a necessidade logística e maior o potencial de resíduos. Isso aproxima a discussão visual da gestão de resíduos sólidos e da responsabilidade ambiental das campanhas.

A CAMPANHA DIGITAL E A NECESSIDADE DE REPENSAR A OCUPAÇÃO FÍSICA

A permanência da bandeira como instrumento central de campanha merece ser examinada também à luz da transformação tecnológica. Em 2026, candidaturas dispõem de redes sociais, impulsionamento regulado, vídeos, transmissões, sites, aplicativos de mensagem e mecanismos sofisticados de segmentação. A comunicação eleitoral já não depende da ocupação física da cidade na mesma medida em que dependia décadas atrás.

Isso não torna a rua irrelevante. Campanhas presenciais possuem valor democrático próprio: contato, mobilização, visibilidade local e participação coletiva. O argumento é que a existência de alternativas comunicacionais reduz a necessidade de tolerar níveis extremos de poluição visual em nome de uma suposta indispensabilidade do meio. Se a mesma candidatura pode divulgar número e propostas por diversos canais, o custo ambiental da repetição física deve ganhar maior peso na regulação.

Há uma ironia democrática na saturação por bandeiras: quanto mais a paisagem é preenchida por nomes e números, menos espaço sobra para conteúdo. A propaganda física mais volumosa pode ser justamente a menos informativa. A bandeira comunica identidade, mas não explica orçamento, saúde, educação, segurança, meio ambiente ou projeto de governo. Uma política eleitoral orientada à qualidade do debate poderia incentivar formas de comunicação que agreguem informação em vez de simplesmente multiplicar exposição.

A redução de bandeiras também pode contribuir para campanhas mais sustentáveis e econômicas. Menos material significa menor produção, transporte, montagem, desmontagem e descarte. Em um sistema que historicamente busca reduzir custos e abusos de propaganda, a racionalização do uso físico do espaço é coerente com a trajetória das reformas eleitorais.

LIBERDADE DE EXPRESSÃO POLÍTICA E LIMITES: COMO EVITAR CENSURA

Qualquer proposta de restrição à propaganda exige cautela porque a liberdade de expressão política ocupa posição central no regime democrático. O Estado não pode utilizar argumentos estéticos para silenciar oposição, privilegiar grupos ou retirar mensagens por discordância de conteúdo. Uma regra legítima deve ser neutra, geral, previamente conhecida e aplicada de modo igual.

Por essa razão, o combate à poluição visual eleitoral não deve assumir a forma de proibição genérica de bandeiras. O instrumento possui tradição, baixo custo relativo e capacidade de permitir manifestação política também por cidadãos comuns. Uma pessoa que decide portar a bandeira de seu candidato exerce expressão política. A regulamentação deve concentrar-se no uso organizado, seriado e territorialmente intensivo que altera a função do espaço.

Também é essencial distinguir poder de polícia de jurisdição sancionatória. A Resolução TRE-CE nº 1.100/2026 deixa claro que o poder de polícia se destina às providências necessárias para inibir ou fazer cessar práticas ilegais, vedada censura prévia. Critérios vagos de 'bom gosto' seriam incompatíveis com essa garantia. O caminho adequado é produzir normas objetivas sobre localização, horário, mobilidade, distância, acessibilidade e densidade.

16

A liberdade política fica mais protegida, e não menos, quando as regras são claras. Candidatos sabem previamente o que podem fazer; fiscais reduzem decisões subjetivas; cidadãos compreendem quando uma denúncia é pertinente; e a competição ocorre sob parâmetros iguais. O vazio normativo quantitativo, ao contrário, favorece disputa por ocupação máxima e incentiva campanhas a aumentar volume para não parecerem ausentes diante dos concorrentes.

PROPOSTAS PARA UMA REGULAÇÃO MAIS EQUILIBRADA

A primeira proposta é reconhecer expressamente, na regulamentação eleitoral, que a concentração de bandeiras pode produzir efeito visual cumulativo. O reconhecimento não precisa resultar em proibição ampla. Pode servir como fundamento para parâmetros de densidade e distribuição espacial. A segunda é estabelecer distância mínima entre bandeiras instaladas em bases ao longo de vias públicas. O número exato deveria ser definido a partir de estudos técnicos e consulta pública, evitando escolha arbitrária. O objetivo seria impedir fileiras contínuas sem eliminar a presença visual das candidaturas.

A terceira é criar proteção reforçada para rotatórias, ilhas de tráfego, proximidades de semáforos, placas, travessias e pontos de conversão. Nesses locais, segurança e legibilidade viária devem prevalecer sobre ganho marginal de exposição eleitoral. A regra poderia prever afastamentos objetivos.

A quarta é preservar praças, jardins e áreas paisagísticas. A legislação já proíbe propaganda em árvores e jardins públicos. A regulamentação poderia esclarecer que bases de bandeiras não podem ser usadas para contornar essa proibição em áreas cuja função predominante seja paisagística ou de convivência, sem prejuízo de manifestações humanas e distribuição de material nos termos permitidos.

A quinta é criar dever de identificação logística para conjuntos organizados de bandeiras, permitindo responsabilização por abandono e descarte. Campanhas que colocam centenas de peças deveriam manter controle de retirada e destinação. Isso facilitaria fiscalização ambiental e eleitoral.

A sexta é incentivar transparência. O TRE-CE poderia publicar dados periódicos sobre apreensões, denúncias e tipos de irregularidade. A informação permitiria avaliar se o problema está concentrado em horário, local, acessibilidade, resíduos ou outros fatores e subsidiaria reformas futuras.

A sétima é fortalecer cooperação entre Justiça Eleitoral, Ministério Público Eleitoral, municípios, órgãos de trânsito e órgãos ambientais. Souza e Carneiro defendem precisamente uma atuação integrada, evitando a ideia de que a competência eleitoral exclui toda tutela ambiental. Protocolos de cooperação podem delimitar atribuições e reduzir conflitos.

A oitava é promover autorregulação partidária. Partidos e federações podem adotar compromissos de campanha limpa, limitando voluntariamente densidade de bandeiras e priorizando materiais reutilizáveis. Além de reduzir impacto, essa conduta pode funcionar como mensagem política positiva de respeito à cidade.

A nona é ampliar educação eleitoral. Muitas irregularidades decorrem de equipes terceirizadas ou militantes que desconhecem horário, locais proibidos e regras de circulação. Orientação clara antes do início da campanha pode evitar apreensões e desperdício.

Por fim, deve-se preservar a manifestação espontânea. Critérios voltados a instalações seriadas não devem impedir que cidadãos portem bandeiras em caminhadas, comícios ou manifestações individuais lícitas. A diferença entre expressão cívica e ocupação publicitária organizada precisa permanecer nítida.

DISCUSSÃO: QUAL É, AFINAL, O SENTIDO DE TANTAS BANDEIRAS?

A pergunta que motivou este artigo retorna ao final da análise: qual é o sentido de tantas bandeiras? Sob a lógica da campanha, a resposta é relativamente simples: repetição gera lembrança. O candidato quer que seu rosto, seu nome, suas cores e principalmente seu número sejam vistos tantas vezes que se tornem familiares ao eleitor. Em uma eleição com grande quantidade de candidaturas, visibilidade é recurso escasso e cada campanha tenta ocupar uma parcela maior da atenção pública.

Mas a resposta jurídica não pode terminar aí. O fato de uma estratégia ser útil eleitoralmente não significa que todo grau de utilização seja socialmente aceitável. Outdoors também são úteis; brindes podem ser úteis; cavaletes foram úteis; várias práticas foram restringidas justamente porque o sistema eleitoral decidiu que seus custos, riscos ou desigualdades superavam seus benefícios.

A bandeira tem uma virtude democrática quando expressa apoio, sinaliza presença política e permite identificação da candidatura. Ela perde parte dessa virtude quando se converte em mera unidade de uma massa visual repetitiva. A diferença está menos no objeto e mais na escala. Uma bandeira pode ser comunicação; mil bandeiras concentradas podem se tornar ocupação.

Essa distinção permite escapar de posições extremas. Não é necessário afirmar que bandeiras são inúteis, nem aceitar que qualquer quantidade seja legítima. O ponto de equilíbrio está em reconhecer uma dose comunicativa razoável. A cidade deve continuar sendo cidade durante a eleição, e não um grande painel temporário de candidaturas. No Ceará, essa reflexão possui especial força pela diversidade paisagística e cultural. Fortaleza tem corredores urbanos intensos, áreas históricas, orla e grande fluxo de veículos. Municípios do interior possuem praças centrais que funcionam como coração social. Cidades litorâneas dependem de paisagem e turismo. Em todos esses contextos, a campanha deve dialogar com o lugar em vez de simplesmente cobri-lo.

Há também uma dimensão pedagógica. O modo como candidatos tratam o espaço público durante a campanha antecipa, simbolicamente, sua relação com a coisa pública. Uma candidatura que respeita calçadas, jardins, horários, limpeza e paisagem transmite mensagem coerente com cuidado urbano. A propaganda não é apenas aquilo que está escrito na bandeira; a maneira como ela é colocada também comunica valores.

Por isso, a pergunta 'qual o sentido?' pode receber uma resposta normativa: o sentido legítimo da bandeira é comunicar preferência e tornar uma candidatura reconhecível, não monopolizar a paisagem. Quando a quantidade excede aquilo que razoavelmente contribui para informação e passa a gerar saturação, desconforto, obstáculo ou descaracterização, surge razão para aperfeiçoar a regulação.

CONCLUSÃO

A utilização de bandeiras eleitorais nas ruas brasileiras encontra autorização legal específica, mas condicionada. Elas devem ser móveis, colocadas e retiradas no intervalo regulamentar e não podem prejudicar o trânsito de pessoas e veículos. Árvores e jardins públicos permanecem protegidos contra propaganda, e a circulação de pedestres, inclusive pessoas com deficiência, deve ser preservada. Em 2026, essas regras continuam centrais na disciplina da propaganda eleitoral.

A análise realizada demonstra, contudo, que o problema contemporâneo não está apenas na presença ou ausência de autorização para uma bandeira individual. Está na escala. A legislação controla a unidade, mas praticamente não disciplina o conjunto. Não há limite geral de quantidade, densidade ou distância entre bandeiras ao longo das vias. Essa lacuna permite que peças formalmente regulares produzam, por acumulação, efeito de saturação visual.

19

A literatura examinada oferece base consistente para tratar a propaganda eleitoral em diálogo com o Direito Ambiental. Estanislau e Moraes destacam a possibilidade de poluição visual decorrente da quantidade de elementos comunicacionais e relacionam o fenômeno à estética e à qualidade do meio ambiente urbano. Souza e Carneiro defendem integração entre competências eleitoral e ambiental. Ambas as abordagens ajudam a superar a ideia de que a autorização eleitoral esgota todos os aspectos jurídicos do fenômeno.

O próprio Código Eleitoral, ao vedar propaganda prejudicial à higiene e à estética urbana, confirma que a paisagem possui relevância eleitoral. A Constituição e a Política Nacional do Meio Ambiente ampliam esse fundamento ao proteger qualidade de vida e condições estéticas do meio ambiente. Portanto, discutir poluição visual eleitoral não é introduzir tema estranho ao Direito Eleitoral; é levar a sério valores que já integram o ordenamento.

No Ceará, a apreensão de 1.986 bandeiras e artefatos semelhantes em uma única operação noturna em Fortaleza, em setembro de 2026, ilustra a dimensão material alcançada pela propaganda de rua. O episódio não torna ilícita a utilização diurna de todas essas peças, mas

revela que a escala deixou de ser questão abstrata. Milhares de objetos podem ser mobilizados diariamente para disputar a atenção do eleitor e ocupar a paisagem.

A resposta adequada não é censura nem proibição indiscriminada. É regulação proporcional. Distâncias mínimas, limites de concentração, proteção reforçada de rotatórias e pontos de decisão viária, preservação de praças e jardins, critérios de acessibilidade, responsabilidade por retirada e resíduos, transparência de fiscalização e cooperação entre órgãos são medidas capazes de equilibrar comunicação política e qualidade urbana.

Em última análise, a democracia não precisa escolher entre eleições visíveis e cidades visualmente habitáveis. A propaganda deve existir, circular, convencer e mobilizar, mas deve fazê-lo respeitando o espaço que pertence a todos. Bandeiras podem anunciar candidaturas; não precisam cobrir a cidade. A liberdade de propaganda encontra sua melhor expressão quando convive com o direito coletivo de caminhar, dirigir, contemplar, trabalhar e viver em um ambiente urbano funcional, plural e minimamente preservado.

A evolução das campanhas digitais torna essa revisão ainda mais necessária. Se o eleitor pode receber informação por múltiplos canais, a ocupação física deve ser justificada por sua contribuição real à participação democrática, e não apenas pela lógica de que 'mais é sempre melhor'. Em matéria eleitoral, quantidade de exposição não se confunde com qualidade do debate.

20

Conclui-se, portanto, que a disciplina brasileira das bandeiras eleitorais merece aperfeiçoamento para enfrentar explicitamente o efeito cumulativo. O desafio para o legislador, o TSE e os Tribunais Regionais Eleitorais é transformar uma percepção cotidiana, a de que determinadas ruas e praças ficam visualmente tomadas, em critérios jurídicos objetivos, sem subjetivismo e sem redução indevida da liberdade política. O Ceará, diante da experiência concreta de 2026, oferece terreno fértil para esse debate.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.

BRASIL. Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965. Institui o Código Eleitoral.

BRASIL. Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981. Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente.

BRASIL. Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. Estabelece normas para as eleições.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019. Dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral. Texto atualizado para as Eleições 2026.

CEARÁ. Tribunal Regional Eleitoral do Ceará. Resolução nº 1.100, de 30 de março de 2026. Dispõe sobre o exercício do poder de polícia na fiscalização da propaganda eleitoral nas Eleições 2026 no Estado do Ceará.

CEARÁ. Tribunal Regional Eleitoral do Ceará. Provimento CRE-CE nº 5, de 9 de junho de 2026. Dispõe sobre as rotinas relativas ao exercício do poder de polícia sobre a propaganda eleitoral no Estado do Ceará nas Eleições 2026.

CEARÁ. Tribunal Regional Eleitoral do Ceará. Comissão de Fiscalização da Propaganda do TRE-CE alerta: bandeiras podem ser apreendidas após 22h. Fortaleza, 4 set. 2026.

ESTANISLAU, Fernanda Netto; MORAES, Vivian Lacerda. A propaganda eleitoral como poluição ambiental e o ônus da prova. In: CONPEDI. Direito Ambiental e Socioambientalismo II. Florianópolis: CONPEDI, 2017.

FIORILLO, Celso Antônio Pacheco. Curso de Direito Ambiental Brasileiro. São Paulo: Saraiva.

GOMES, José Jairo. Direito Eleitoral. São Paulo: Atlas.

MACHADO, Paulo Affonso Leme. Direito Ambiental Brasileiro. São Paulo: Malheiros.

MILARÉ, Édis. Direito do Ambiente. São Paulo: Revista dos Tribunais.

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL. Propaganda política nas ruas: saiba o que os candidatos podem ou não fazer nas Eleições 2026. Brasília, 31 ago. 2026.

SOUZA, Murilo Raili Sabino de; CARNEIRO, Aluska Nidiane dos Santos. A relativização da competência ambiental nas eleições: uma análise do direito à propaganda eleitoral e à poluição. Ballot, 2017.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO TOCANTINS. Nas ruas, nas redes e na urna: confira as regras da propaganda eleitoral. Palmas, ago. 2026.