

Ingrid Neves Reale

MONETIZAÇÃO DA POLÍTICA

**A nova fronteira das
campanhas eleitorais digitais**

**Prefácio de
Fernanda de Carvalho Lage**

**EDITORA LUMEN JURIS
RIO DE JANEIRO
2026**

Todos os direitos desta edição reservados à editora Lumen Juris

Copyright © 2026 by Ingrid Neves Reale

Categoria: Direito Eleitoral

Editor: João Luiz da Silva Almeida

Produção editorial: Angel Cabeza

Designer editorial: Rebecca Ramos e Thassiel Melo

Diagramação: Rômulo Lentini

Gerente administrativo-financeiro: Carla Sampaio

Financeiro: Juliano de Oliveira

Assistente financeiro: Jefferson Badaró

Gerente comercial e logística: Arlei Rocha

Comercial e relacionamento: Cristiano Mabilia

Eventos: Arianna Pacheco

A editora Lumen Juris Ltda. não se responsabiliza
pelas opiniões emitidas nesta obra por seu Autor.

É proibida a reprodução total ou parcial, por qualquer meio ou processo, inclusive quanto às características gráficas e/ou editoriais. A violação de direitos autorais constitui crime (Código Penal, art. 184 e §§, e Lei nº 6.895, de 17/12/1980), sujeito à busca e apreensão e indenizações diversas (Lei nº 9.610/98).

Impresso no Brasil | *Printed in Brazil*

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

R288m

Reale, Ingrid Neves

Monetização da política : a nova fronteira das campanhas eleitorais digitais /
Ingrid Neves Reale. – 1. ed. – Rio de Janeiro : Lumen Juris, 2026.
250 p. ; 23 cm.

Inclui bibliografia.

ISBN 978-85-519-3701-3

1. Direito eleitoral. 2. Campanhas eleitorais - Brasil. 3. Internet nas campanhas
eleitorais - Brasil. 4. Plataforma digital. 5. Democracia. I. Título.

CDD 342.0681

Ficha catalográfica elaborada por Ellen Tuzi CRB-7: 6927

Editora Lumen Juris

Rua Newton Prado, 43, São Cristóvão, Rio de Janeiro/RJ

CEP: 20930-445

Telefone: (21) 2580-7178 | atendimento@lumenjuris.com.br

Sumário

Introdução	1
1 O Dinheiro e as Campanhas Eleitorais.....	9
1.1 A relação entre o dinheiro e o discurso como pressuposto para a regulação do financiamento de campanhas	10
1.2 Mecanismos de contensão do uso abusivo de recursos financeiros no Direito Eleitoral brasileiro.....	12
1.3 Modelos de financiamento de campanha nas democracias.....	15
1.3.1 O modelo brasileiro de financiamento de campanhas: verbas públicas e privadas.....	17
1.3.1.1 Financiamento público de campanhas	20
1.3.1.1.1 Fundo Partidário	21
1.3.1.1.2 Fundo Especial de Financiamento de Campanha.....	26
1.3.1.2 Financiamento privado de campanhas	33
1.3.1.2.1 Autofinanciamento	33
1.3.1.2.2 Doações de pessoas físicas.....	35
1.3.1.2.3 Financiamento coletivo de campanhas – <i>crowdfunding</i>	37
1.3.1.2.4 Outras formas de arrecadação de recursos de fonte privada	41
1.3.1.3 Fontes vedadas de financiamento e recursos de origem não identificada.....	43
1.4 Limite de gastos em campanha.....	45

1.4.1 Responsabilidade sobre a administração e as informações financeiras e contábeis nas campanhas.....	50
1.5 Abuso dos poderes político, econômico e dos meios de comunicação social	52
1.6 Combate à compra de votos.....	59
1.7 Vedação à propaganda paga na internet e sua exceção: o impulsionamento.....	62
1.7.1 Regras para a contratação de impulsionamento de propaganda eleitoral na internet.....	68
1.7.2 Responsabilidade das plataformas digitais que comercializam impulsionamento	71
2 A Monetização como Modelo de Negócios no Mundo Digital.....	77
2.1 O que é monetização?.....	77
2.2 A monetização nas redes sociais.....	80
2.2.1 O que é conteúdo monetizável nas redes sociais?	83
2.2.2 A questão da autenticidade dos conteúdos nas plataformas ...	86
2.2.3 Ferramentas para otimizar a distribuição de conteúdo monetizável.....	91
2.2.3.1 Conteúdo gerado pelo usuário	91
2.2.3.2 <i>Hashtags</i>	92
2.2.3.3 Viralidade	92
2.2.3.4 Oferta de recompensas aos usuários.....	94
2.2.3.5 Melhor momento para publicar (<i>timing</i>).....	95
2.3 Modelos de monetização de conteúdo nas mídias sociais	98
2.3.1 Propaganda automatizada nas plataformas digitais.....	99

2.3.1.1 Publicidade nos formatos pull e push nas redes sociais...	102
2.3.2 <i>Marketing</i> de influenciadores digitais	104
2.3.2.1 O engajamento como propulsor da monetização para os influenciadores.....	107
2.3.3 Remuneração direta de vídeos publicados.....	114
2.3.4 <i>Marketing</i> de afiliados.....	115
2.3.5 Conteúdos exclusivos para membros	116
2.3.6 Live streaming – transmissões ao vivo.....	117
2.3.7 <i>Crowdfunding</i> – financiamento coletivo ou vaquinha virtual.....	120

3 A Monetização de Conteúdos Político-Eleitorais e suas Repercussões no Direito Eleitoral Brasileiro 125

3.1 Os desafios da regulação do fluxo de dinheiro e de informações nas campanhas eleitorais digitais	126
3.1.1 O poder regulamentar da Justiça Eleitoral e as recentes limitações ao conteúdo da propaganda eleitoral.....	133
3.2 O que é conteúdo político-eleitoral monetizável nas plataformas digitais.....	140
3.2.1 A relação entre o conteúdo político-eleitoral monetizável e o período da propaganda eleitoral na internet.....	142
3.2.2 A possibilidade de monetização de conteúdos político-eleitorais por pessoas jurídicas	147
3.2.3 A monetização da propaganda negativa e de conteúdos anônimos e sua relação com o direito de resposta	151
3.2.4 A responsabilidade das plataformas digitais sobre a remoção e a suspensão de conteúdos político-eleitorais e seus reflexos na monetização	158

3.3 A publicidade automatizada e os critérios de legalidade da propaganda eleitoral paga na internet	166
3.3.1 A proteção de dados na propaganda eleitoral impulsionada.....	171
3.3.2 A vedação à publicidade eleitoral paga por pessoa natural na internet.....	175
3.4 O <i>marketing</i> de influenciadores nas campanhas eleitorais digitais ...	176
3.4.1 Critérios de legalidade para a participação dos influenciadores digitais nas campanhas eleitorais digitais ...	178
3.4.2 Influenciadores políticos: a monetização da visibilidade nas campanhas eleitorais	181
3.5 A monetização de conteúdos gerados pelos usuários com finalidade eleitoral.....	187
3.6 Outras ferramentas de monetização usadas nas campanhas eleitorais digitais	190
3.6.1 Lives eleitorais	190
3.6.2 Livemícios e lives para arrecadação de recursos de campanha...	194
3.6.3 <i>Crowdfunding</i> eleitoral.....	198
Conclusão	201
Referências.....	213