

Caio Silva Guimarães



**APRECE**  
Associação dos Municípios do Estado do Ceará

**P R O P A G A N D A**

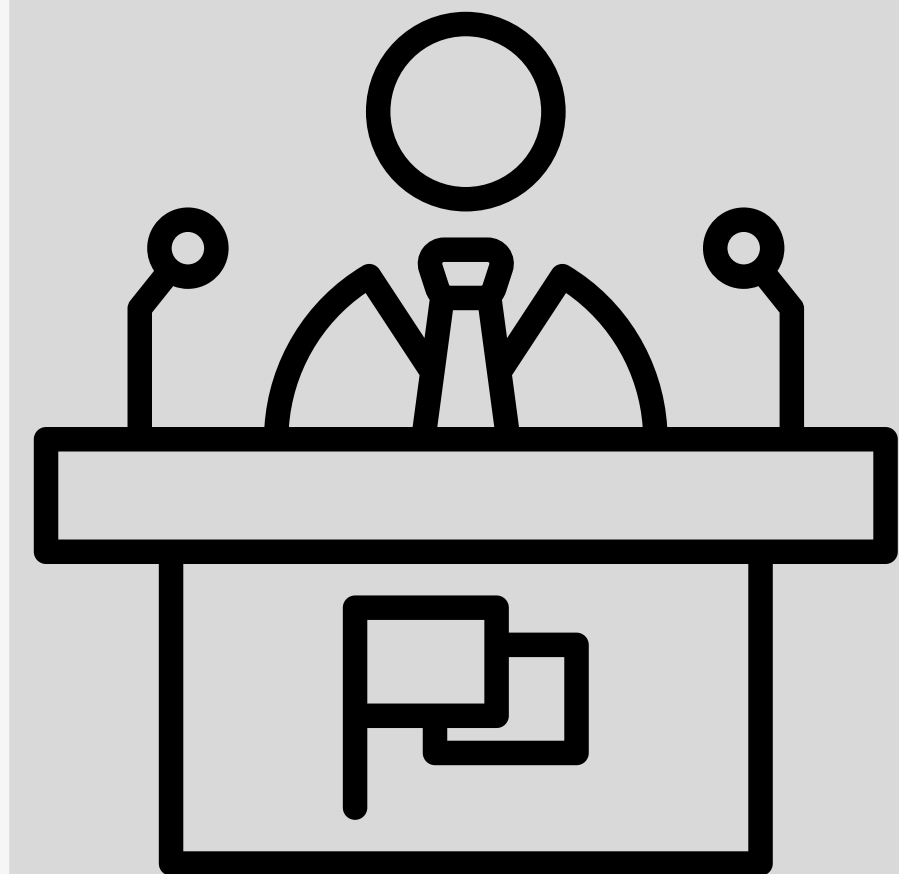
Propaganda Eleitoral: Perspectivas para as Eleições 2024



# O Fracasso da Reforma Eleitoral 2023

## Quebra das premissas

- alterações pontuais.
- Evitar temáticas polêmicas
- Fortalecer a jurisprudência dominante do TSE
- permitir a atuação dos entes particulares dentro dos limites de gastos em campanha



# A regulação das redes sociais no Brasil.

- Projeto de Lei nº 2630 - Lei das Fake News
- As redes sociais como meios de comunicação social
- O impacto dessa regulação nas eleições nacionais
- O peso dos acontecimentos de 2022 nas políticas digitais





# A eleição de 2022 como embrião do combate à fake news

- Res. TSE nº 23.714/22
- O combate solitário do TSE.
- A eleição municipal como uma prévia de 2026



# Quais as perspectivas para a Pré-campanha Eleitoral 2024?

- Endurecimento do conceito de pré-campanha? Ou a aplicação prática continua pró-liberdade?
- A desinformação deixou sequelas?
- A utilização de Inteligência Artificial
- Deep Fake



# Reflexos na pré-campanha

O Pedido explícito de voto e as palavras mágicas:

- 1.vote em (vote for)
- 2.eleja (elect)
- 3.apoie (support)
- 4.marque sua cédula (cast your ballot for)
- 5.Fulano para o Congresso (Smith for Congress)
- 6.vote contra (vote against)
- 7.derrote (defeat)
- 8.rejeite (reject)

Leading Case - Agr/AI 9-24 SP

Respe 248-93 RJ



# Novo paradigma da pré-campanha

(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.



# Novos paradigmas da pré-campanha

A divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive em shows, apresentações e performances artísticas, redes sociais, blogs, sítios eletrônicos pessoais e aplicativos (apps).





# Reflexos na pré-campanha

Os indiferentes eleitorais



## Casos recorrentes

Obras públicas

Outdoor de felicitação

Vídeos em redes sociais

**Caso prático**



**REC 0600327-87 RJ**



# IMPULSIONAMENTO DE CONTEÚDO

Art. 3º-B. O impulsionamento pago de conteúdo políticoeleitoral relacionado aos atos previstos no caput e nos incisos do art. 3º desta Resolução somente é permitido durante a précampanha quando cumpridos cumulativamente os seguintes requisitos: (Redação dada pela Resolução nº 23.732/2024)

I - o serviço seja contratado por partido político ou pela pessoa natural que pretenda se candidatar diretamente com o provedor de aplicação; (Incluído pela Resolução nº 23.732/2024)

II - não haja pedido explícito de voto; (Incluído pela Resolução nº 23.732/2024)

III - os gastos sejam moderados, proporcionais e transparentes; (Incluído pela Resolução nº 23.732/2024)

IV - sejam observadas as regras aplicáveis ao impulsionamento durante a campanha. (Incluído pela Resolução nº 23.732/2024)





**PARABÉNS, CAIO  
DA FEDERAL**

*dos seus amigos*





Florentino Neto  
Sec. Estadual de Saúde

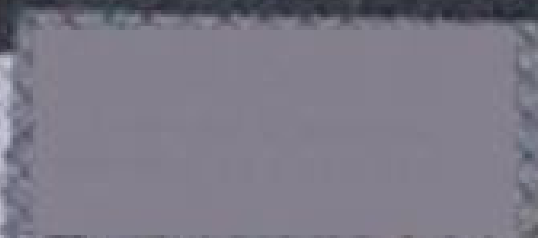
**PARABÉNS** ao Secretário **FLORENTINO**  
pelo eficiente trabalho à frente do grupo  
de combate à pandemia de Covid-19.  
**GESTOR EXEMPLAR.**

**Paulo Vicente**

01305

GA  
575  
299

LUGA-S





STAMPA

QUEREMOS VOCÊ COM A GENTE.  
FILIE-SE AO PARTIDO LIBERAL  22

ANDERSON FERREIRA

Presidente do Partido Liberal em Pernambuco



# **Propaganda eleitoral x Conduitas vedadas**



**Replicação de vídeos institucionais em redes privadas**

**Participação do pré-candidato em inaugurações**

**Servidores públicos em vídeos promocionais fora do  
horário de trabalho**



# **Propaganda institucional no período vedado**

**Placas e cavaletes de obras públicas**



**Sites e redes sociais das Prefeituras**

**Manutenção de propaganda no período vedado**



# **Possíveis reflexos na Propaganda Eleitoral geral**



DEP. FEDERAL

JS

JUNIOR  
Sindicato  
Federal de Macau

43000

Wober

WOMEN'S POWER

GENTE BOA



GUSTAVO

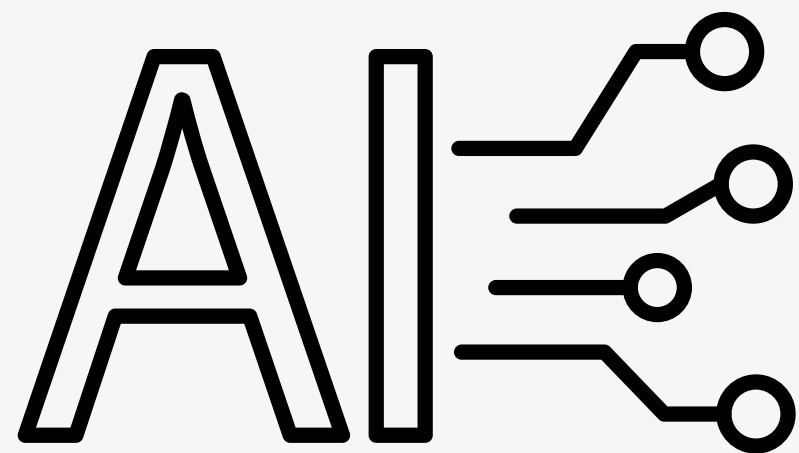


ESALUD



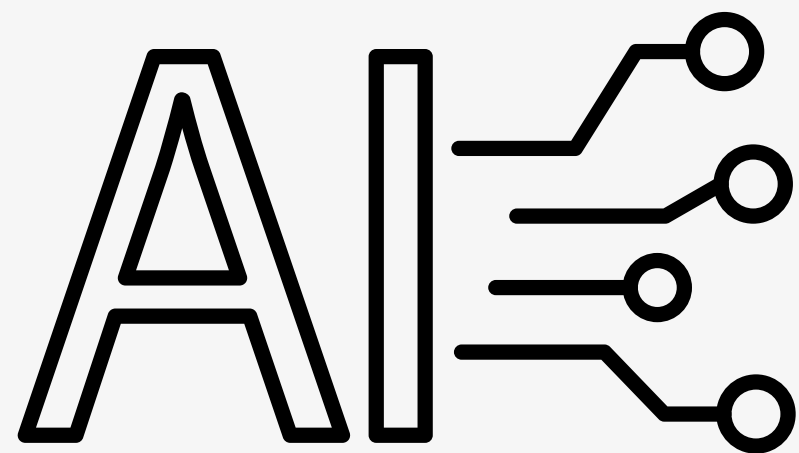
**ANTÔNIO GOMIDE, GESTOR SÉRIO, HONESTO  
E COMPETENTE A SERVIÇO DE GOIÁS**





## O uso de I.A na propaganda eleitoral

- **Restrição de uso para desinformação**
  - **Necessidade de rotulação**
- **Liberação das montagens de fotografia entre candidatos/apoiadores**



## O uso de I.A na propaganda eleitoral

- **Impossibilidade de uso de chatbots**
- **Proibição de uso do deepfake “do bem**
- **Liberação das montagens de fotografia entre candidatos/apoiadores**



Apoiadores de Trump criam imagens falsas com IA para atrair eleitores negros nas eleições nos EUA, diz BBC [dlvr.it/T3cfWQ](https://www.bbc.com/news/health-61111111).



Apoiadores de Trump criam imagens falsas com IA pa...

# O impacto da Regulação de I.A nas redes sociais

- **Revisão editorial pela aplicação de internet**
- **Responsabilidade solidária dos provedores**



# Uso de camisas, bonés e adornos pelos eleitores



**Por todo o período de campanha e pré-campanha.**



**Possibilidade das empresas oferecerem os serviços de confecção.**

**Venda de adornos pelo comércio.**

**Confecção para cabos eleitorais.**



LEMBRANÇA DE  
CAMPINA GRANDE



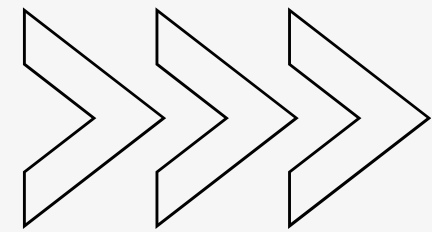
ARRACA DA DEMOCRACIA  
SEN K.O  
POR FA IOR

CIRÓ  
2020

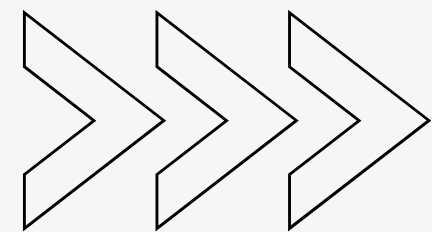




# Adesivos



**Tamanho padrão de 100x50 cm**



**bandeiras e demais adornos  
seguem o efeito outdoor**



1-1414

24 Antón  
4147

24 Antón  
MUM





PARE  
CANCELA  
AUTOMÁTICA  
CUIDADO



# Propaganda em bens Públicos e de uso comum

## Permanência das proibições genéricas.

Possibilidade de abertura no que concerne aos bens de uso comum.

Novo código ostenta uma proteção específica aos templos e Universidades

Queda de braço com a “bancada evangélica”

# **Propaganda em templos e Unidades Acadêmicas**

**Art. 483. A realização de qualquer ato de propaganda partidária ou eleitoral, em recinto aberto ou fechado, não depende de licença da polícia ou de autorização prévia das autoridades municipais e da Justiça Eleitoral. § 3º Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão, as manifestações proferidas em locais em que se desenvolvam atividades acadêmicas ou religiosas, tais como universidades e templos, não configuram propaganda político-eleitoral e não poderão ser objeto de limitação. Art. 617. Não configura abuso de poder a emissão, por autoridade religiosa, de sua preferência eleitoral, ...**

# **Propaganda em bens Públicos e de uso comum**

**A propaganda eleitoral nas universidades já foi relativizada conforme descrito no Art 19, §10º da 23.610.**

**ADPF 548/DF.**

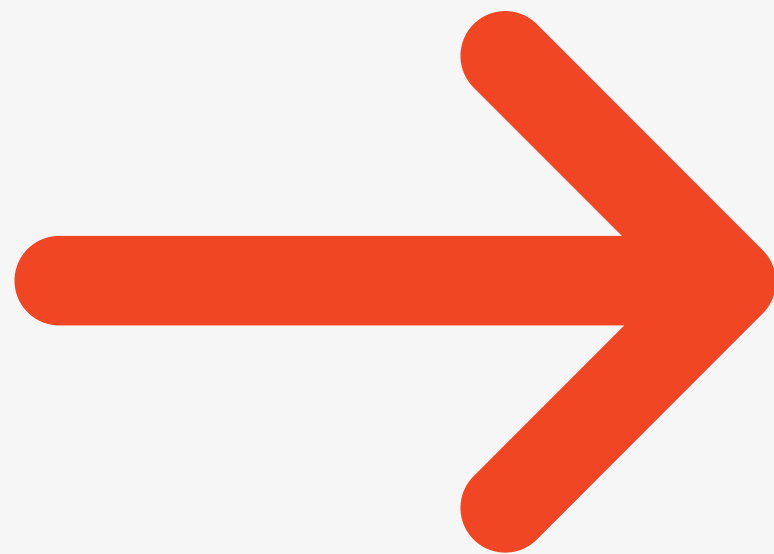
**Os espaços acadêmicos tendem a ser fortalecidos na minirreforma e nas regulamentações do TSE para 2024**





# Sonorização em campanhas eleitorais

**Sonorização de carros de som - uso exclusivo acompanhando eventos.**



- Caminhada e reunião de apenas 1 pessoa
- Evento sem o candidato
- Medidas coercitivas

# Bens Particulares

Restrição quase total de utilização de artefatos, restando apenas janelas residenciais e veículos

A comissão responsável pela minirreforma manifesta opinião favorável ao relaxamento das regras pertinentes à propaganda eleitoral em bens particulares. com a devida anuência do detentor do imóvel e respeito ao limite de gastos ao responsável pela confecção dos artefatos

Bandeiras e a manifestação silenciosa e individual

**RecCrimEleit 0600535-55.2020.6.16.0055 QUATIGUÁ - PR**