

Caio Silva Guimarães



APRECE
Associação dos Municípios do Estado do Ceará

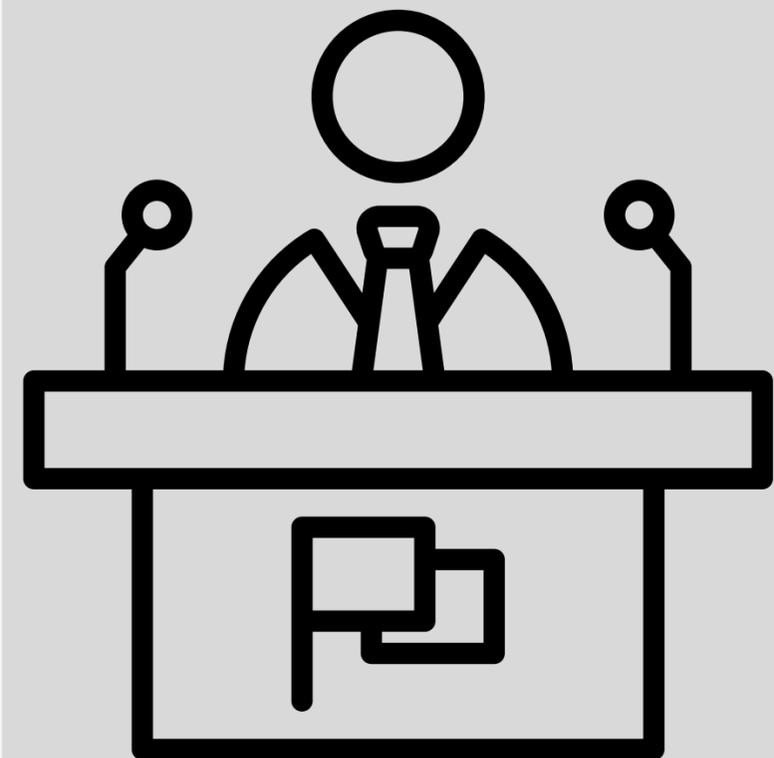
P R O P A G A N D A

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



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

Florentino Neto
 Sec. Estadual de Saúde

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



SAAL



**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.



ARRACA DA DEMOCRACIA
SEN K.O
POR FA IOR

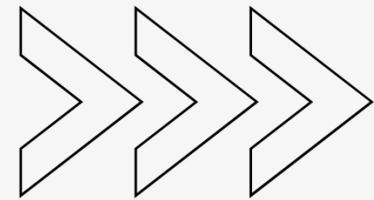
LEMBRANÇA DE
CAMPINA GRANDE



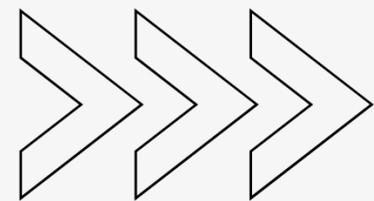
CIRÓ
2020



Adesivos



Tamanho padrão de 100x50 cm



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



1414

24 Hours of Le Mans
4147

24 Hours of Le Mans
1414



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.

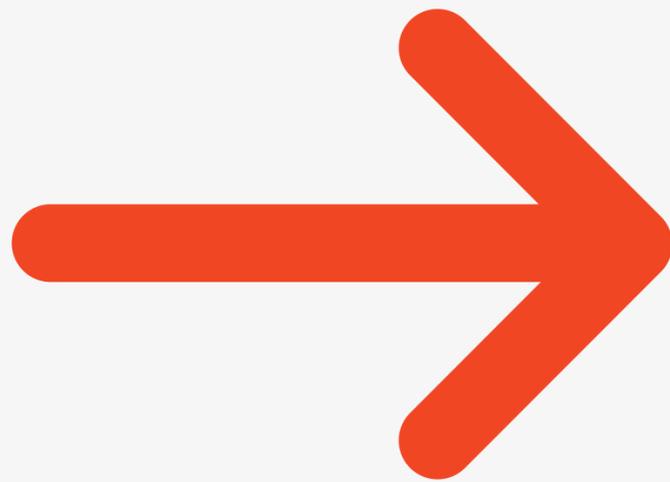
ADPF 548/DF.

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