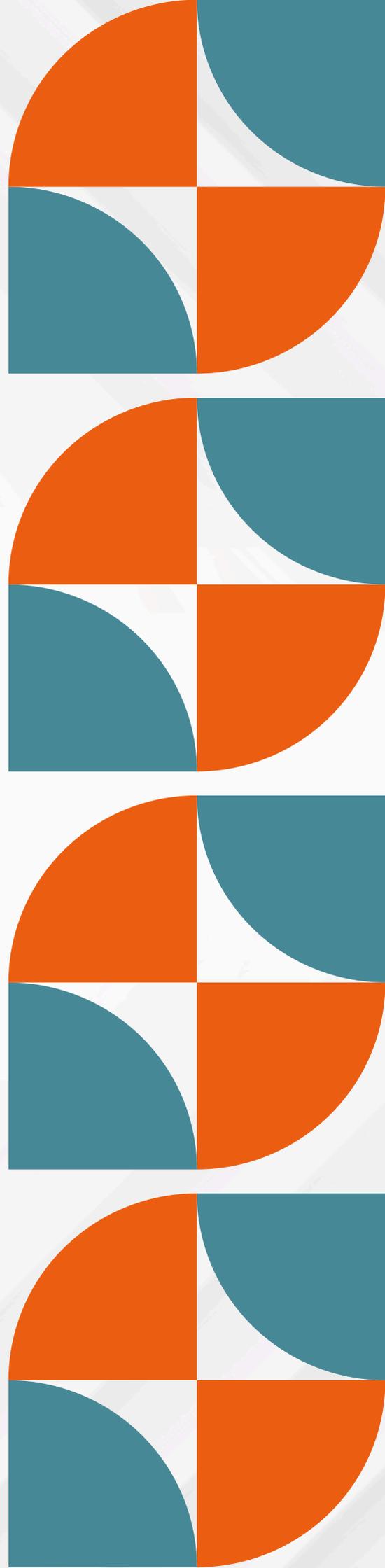




CARTILHA DA **PROPAGANDA
ELEITORAL**
Eleições 2024





TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARÁ
CORREGEDORIA REGIONAL ELEITORAL

DESEMBARGADOR JOSÉ MARIA TEIXEIRA DO ROSÁRIO

Corregedor Regional Eleitoral e Vice-Presidente

Bruno Giorgi Almeida e Silva

SECRETÁRIO DA CORREGEDORIA

Rosiane Revelle dos Santos Martinelli

COORDENADORIA DE ASSUNTOS JUDICIÁRIOS - CAJ

Elaine Cristina de Jesus Santana da Silva Machado

CHEFE DE GABINETE DA CORREGEDORIA - GABCRE

Clara Fabianne Silva de Sousa

CHEFE DA SEÇÃO DE ORIENTAÇÃO DE PROCEDIMENTOS JUDICIÁRIOS -SOPJ

Janete Carls Dias Wirtz

SEÇÃO DE ORIENTAÇÃO DE PROCEDIMENTOS JUDICIÁRIOS -SOPJ

Cilene do Socorro do Nascimento e Nascimento

SEÇÃO DE ORIENTAÇÃO DE PROCEDIMENTOS JUDICIÁRIOS -SOPJ

Vilarete de Almeida Oliveira

**CHEFE DE NÚCLEO DE APOIO ÀS ZONAS ELEITORAIS E SUPERVISÃO
DE CUMPRIMENTO DE METAS - NAC**

Araci Pacheco Barros

**NÚCLEO DE APOIO ÀS ZONAS ELEITORAIS E SUPERVISÃO
DE CUMPRIMENTO DE METAS - NAC**

EDITORAÇÃO

Rosiane Revelle dos Santos Martinelli - Coordenadora

COORDENADORIA DE ASSUNTOS JUDICIÁRIOS - CAJ

Clara Fabianne Silva de Sousa

CHEFE DA SOPJ

João Felipe da Graça Almeida

Natália Vitória Costa Mendonça

COLABORADORES

SUMÁRIO

1 CONCEITOS

- 1.1. Propaganda Partidária
- 1.2. Propaganda Intrapartidária
- 1.3. Propaganda Institucional
- 1.4. Propaganda Eleitoral

2 PROPAGANDA ELEITORAL GERAL

- 2.1. Showmício
- 2.2. Propaganda em Outdoor
- 2.3. Propaganda em Bens Públicos e de uso comum
- 2.4. Da Propaganda em Bens Particulares
- 2.5. Utilização de Bandeiras
- 2.6. Propaganda em Comitê de Campanha
- 2.7. Uso de Alto-falantes e Carros de Som
- 2.8. Caminhadas, Passeatas e Carreatas
- 2.9. Distribuição de Camisas, Chaveiros, Bonés, Brindes e Afins
- 2.10. Materiais Impressos
- 2.11. Utilização de Jingle
- 2.12. Jornais e Revistas (imprensa escrita)
- 2.13. Enquetes (ou sondagens) e Pesquisas Eleitorais

3 PROPAGANDA NA INTERNET

- 3.1. Regra Geral
- 3.2. Pontos importantes da propaganda eleitoral na internet
- 3.3. Impulsionamento
- 3.4. Obrigação dos Provedores
- 3.5. Da utilização de Conteúdo Sintético Multimídia
- 3.6. Mensagens Instantâneas
- 3.7. Lives
- 3.8. Influencer Digital

4 PODER DE POLÍCIA

- 4.1. Conceito
- 4.2. Fundamentos
- 4.3. Modalidades
- 4.4. Vedações
- 4.5. Destinação da Propaganda Eleitoral Apreendida

5 SISTEMA DE ALERTA – SIADE



APRESENTAÇÃO

Com a proximidade das eleições de 2024, a Justiça Eleitoral tem o desafio de manter a regularidade e a paridade na disputa entre as candidatas e os candidatos. Este é o momento onde haverá o embate de ideias no ringue eleitoral, onde promessas, convicções e imagens competirão pela atenção e pela confiança dos eleitores.



Desse modo, tem-se o aumento das demandas relacionadas à propaganda eleitoral, a qual não se limita à divulgação de sua plataforma política, mas também caracteriza-se por ser o momento em que candidatas(os) e partidos buscam convencer seu eleitorado. As estratégias adotadas variam de propaganda de rua até as mais impactantes campanhas virais na internet.

Nesse contexto, a Corregedoria Regional Eleitoral, visando aperfeiçoar a orientação de todos os atores do processo eleitoral, bem como da sociedade em geral, apresenta a Cartilha da Propaganda Eleitoral. Nela, serão abordados conceitos das diversas formas de propaganda política, passando pela análise da propaganda antecipada e das regras permissivas e proibitivas da propaganda em geral e na internet.

O propósito desta cartilha é apresentar um norte para o papel da propaganda eleitoral no pleito vindouro, com a análise de pretensas ações e técnicas utilizadas pelas(os) candidatas(os) e partidos políticos dentro das limitações contidas na Lei 9.504/97, na Resolução n.º 23.610/2019 e na jurisprudência dos Tribunais Superiores.

Assim, este material é uma importante ferramenta de auxílio ao cumprimento das regras para todas as pessoas que participarão, direta ou indiretamente, das eleições municipais de 2024.

Desejo a todas e a todos um pleito limpo, onde a sua essência seja o legítimo debate de ideias.

Desembargador **José Maria Teixeira do Rosário**
Corregedor Regional Eleitoral e Vice-Presidente

PROPAGANDA POLÍTICA

01



1. CONCEITOS

1.1

PROPAGANDA PARTIDÁRIA

A propaganda partidária é aquela que visa à divulgação de ideias, projetos e programas do partido.

1.2

PROPAGANDA INTRAPARTIDÁRIA

A propaganda intrapartidária é aquela realizada pela(o) pré-candidata(o), na quinzena anterior à convenção partidária, com vistas à indicação de seu nome pelo partido político para concorrer ao pleito.

1.3

PROPAGANDA INSTITUCIONAL

Trata-se da publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos, de caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidoras(es) públicos (Constituição Federal art. 37 §1º).

1.4

PROPAGANDA ELEITORAL

Trata-se da propaganda realizada a partir do registro de candidatura, por coligação, federação, partidos políticos, candidatos e apoiadores, que buscam atrair votos para a eleição da pessoa candidata para o cargo em disputa. Lei n.º 9.504/97, art. 36.



Deve-se observar o objetivo da propaganda para saber o tipo de propaganda praticada.

1.1. PROPAGANDA PARTIDÁRIA

1.1.1. Objetivos da Propaganda Partidária (Lei n.º 9.096/95, art. 50-B)

- Difundir os programas partidários;
- Transmitir mensagens sobre a execução do programa partidário, os eventos relacionados e as atividades congressuais do partido;
- Divulgar a posição do partido em relação a temas políticos e ações da sociedade civil;
- Incentivar a fidelidade partidária e esclarecer o papel dos partidos;
- Promover e difundir a participação política das mulheres, dos jovens e dos negros.



1.1.2. Pontos de Atenção na Propaganda Partidária



Propaganda Partidária: Em anos eleitorais, as inserções somente serão veiculadas no primeiro semestre.



É proibida, nas inserções, a divulgação da propaganda de candidatas(os) a cargos eletivos e a defesa de interesses pessoais, bem como toda forma de divulgação de propaganda eleitoral.

Pena: O partido político que desvirtuar propaganda partidária poderá ter a cassação do tempo equivalente a 2 (duas) a 5 (cinco) vezes o tempo da inserção ilícita, no semestre seguinte. Lei n.º 9.096/95, art. 50-B, § 5º.



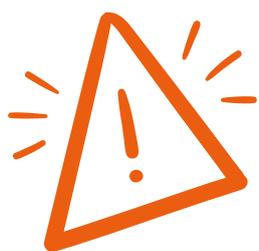
1.2. PROPAGANDA INTRAPARTIDÁRIA

1.2.1. Definição da Propaganda Intrapartidária

Propaganda intrapartidária é aquela realizada pela(o) pré-candidata(o), 15 dias antes da convenção, para indicação pelo partido político, dirigida às filiadas e filiados que participarão da escolha das(os) candidatas(os). O dia 5 de julho de 2024 será a data em que será permitida a propaganda intrapartidária. Lei n.º 9.504/97, art. 36, § 1º e Res.-TSE n.º 23.610/19, art. 2º, § 1º.

1.2.2. Pontos de Atenção na Propaganda Intrapartidária

NÃO PODE: O uso de rádio, televisão e outdoor.



As prévias partidárias não configuram propaganda antecipada. É proibida, no entanto, a transmissão por rádio e televisão, mas permitida a cobertura pelos meios de comunicação social.

1.3. PROPAGANDA INSTITUCIONAL

É a propaganda voltada à publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos, não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que façam promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.



NÃO PODE: Na propaganda institucional, manter indicação de nomes, slogans, símbolos, expressões, imagens ou outros que identifiquem autoridades, governos ou administrações cujos cargos estejam em disputa na campanha eleitoral.

Na propaganda institucional, pode ser exibida a marca da gestão?

Sim, desde que não haja promoção pessoal.



1.3.1. Pontos de Atenção

NÃO PODE:



1. Desvirtuar a institucionalidade da propaganda pode configurar abuso de autoridade, abuso do poder econômico e político, com cassação do cargo político.
2. O empenho, no 1º semestre do ano eleitoral, de despesas com publicidade que excedam a 6 vezes a média mensal dos valores empenhados e não cancelados nos 3 últimos anos que antecedem o pleito. Lei das Eleições, art. 73, VII.



CONDUTA VEDADA.

Configura conduta vedada a veiculação de publicidade institucional nos 3 meses que antecedem o pleito.

1.3.2. Exceções da Lei n.º 9504/97 (art. 73, VI, E)

- 1) Produtos e serviços que tenham concorrência no mercado;
- 2) Caso grave e urgente de necessidade pública reconhecida pela Justiça Eleitoral.

1.3.3. Redes Sociais e Propaganda Institucional

Novidade Legislativa

Três meses antes do pleito, o conteúdo dos sítios, canais e demais meios de informação oficial deve ser ajustado para não haver a indicação de nomes, slogans, símbolos, expressões, imagens ou outros elementos que permitam identificar autoridades, governos ou administrações cujos cargos estejam em disputa na campanha eleitoral, ainda que a divulgação tenha sido autorizada em momento anterior. Res. TSE n.º 23.735/24, art. 15, §§ 2º e 3º.

Não configura publicidade institucional, vedada a manutenção de sítios e páginas de internet para estrito cumprimento do seguinte:

1. Manter a transparência das receitas e gastos;
2. Divulgação de informações de interesse coletivo e geral da Lei de Acesso à Informação;
1. Vinculação de orçamento, repasses, convênios, licitações etc.





Se não forem obedecidas as exceções poderá a divulgação ensejar Representação Especial por conduta vedada, sendo possível a concessão de tutela antecipada. Se a conduta configurar abuso de poder político será apurada em sede de ação de investigação judicial eleitoral.

**DE OCHO NA
JURISPRUDÊNCIA**

“ (...) 1. O chefe do Poder Executivo é responsável pela divulgação da publicidade institucional em página oficial da Prefeitura em rede social, por ser sua atribuição zelar pelo conteúdo nela

veiculado e fiscalizar os atos dos seus subordinados, de modo que o prévio conhecimento, nesse caso, é presumido. 2. A permanência da propaganda institucional durante o período vedado configura ilícito, ainda que a divulgação tenha sido autorizada em momento anterior e independentemente de conteúdo eleitoreiro da mensagem, tendo em vista a disparidade em relação aos demais candidatos que não contam com a máquina pública para a divulgação de suas campanhas. 3. Agravo interno a que se nega provimento. (TSE - AREspE: 20206130067 CAPELINHA - MG , Relator: Min. Ricardo Lewandowski, Data de Julgamento: 23/02/2023, Data de Publicação: DJe - Diário de Justiça Eletrônico, Tomo 32)”.



É PERMITIDO aos mandatários promoverem a divulgação de seus feitos em suas páginas pessoais durante o período vedado.

Há jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral no sentido de que não há privilégio ou irregularidade na publicação de atos praticados durante o exercício do mandato, uma vez que são veiculados sem recursos públicos nas mídias sociais. Precedente: Ac. de 23.4.2019 no AgR-REspe n.º 151992, rel. Min. Luis Roberto Barroso.



1.4. PROPAGANDA ELEITORAL

A propaganda eleitoral é aquela realizada pelos partidos políticos, coligação, federação e candidatas(os), a partir do registro de candidatura, para divulgar suas candidaturas e propostas políticas aos eleitores.

**DIREITO
DO
ELEITOR**

**INÍCIO DA
PROPAGANDA
ELEITORAL**



16.08.24

A propaganda eleitoral vinculada antes do período permitido poderá ser considerada como propaganda irregular antecipada.

1.4.1. Como definir A propaganda antecipada?

TEM CONTEÚDO ELEITORAL? SIM

FUNDAMENTO : 3-A DA RES. TSE N.º 23.610/2019.

Existência de pedido explícito de votos (inclusive o uso das palavras mágicas*).

Violação ao princípio da igualdade de oportunidade entre as(os) candidatas(os).

Utilização de formas proibidas durante o período de propaganda eleitoral.

1.4.1.1. O que não pode antes de 16.08 (Pré-Campanha)?

Regra

“ O que é proibido na campanha é proibido na pré-campanha. ”

*A Jurisprudência do TSE considera como palavras mágicas termos como por exemplo “votem”, “apoiem” ou “elejam”.

PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTOS:

O pedido explícito de voto não se limita ao uso da locução “vote em”, podendo ser inferido de termos e expressões que transmitam o mesmo conteúdo. O uso de “palavras mágicas”, por exemplo, “apoiem” e “elejam”, que levam a concluir que o emissor está defendendo publicamente a sua candidatura. (Respe. n.º 2931, Re. Min. Luís Roberto Barroso, DJe de 03/12/2018).

DEFINIÇÃO

Divulgação de propaganda com conteúdo eleitoral, antes do registro de candidatura, com pedido explícito (incluindo o uso de palavras mágicas) de voto, veiculado em local vedado ou por meio, forma ou instrumento proscrito no período de campanha (art. 3-A da Res. TSE n.º 23.610/2019).

1.4.1.2. Propaganda Negativa

A propaganda antecipada negativa não se confunde com críticas ácidas e não deve ser tolerada, pela higidez do processo eleitoral, da igualdade de chances e proteção da honra e imagem dos candidatos.

NÃO PODE: Discurso de ódio ou a divulgação de fato inverídico que macule a honra e imagem da(o) candidata(o), tais como chamar de corrupto, ladrão, nazista e fascista. (Respe n.º 060006951, Ac. Re. Min. Benedito Gonçalves, DJe 24/03/2023).



1.4.1.3. Responsabilização e Penalidade

A propaganda antecipada, passível de multa, pode ser definida como a divulgação extemporânea de mensagem com pedido explícito de voto, ou que veicule conteúdo eleitoral em local vedado ou por meio, forma ou instrumento proscrito no período de campanha.

A propaganda eleitoral antecipada configura ilícito cível eleitoral passivo de multa no valor de R\$ 5.000,00 a R\$ 25.000,00, ou equivalente ao custo da propaganda, se maior.



Nas ações relacionadas à propaganda antecipada o sujeito passivo é o responsável pela divulgação e a(o) candidata(o) beneficiária(o), se comprovado o prévio conhecimento.

1.4.2. O que **PODE** na Pré-Campanha?

Na pré-campanha, as seguintes práticas, sem pedido explícito de votos (inclusive uso das palavras mágicas), são permitidas:

1. Menção à pretensa candidatura;
2. Exaltação das qualidades pessoais;
3. Pedido de apoio político;
4. Divulgação das ações políticas.



É PERMITIDA ainda:



1. A promoção individual da(o) candidata (o), devido ao engajamento da classe artística que tem liberdade de expressão.

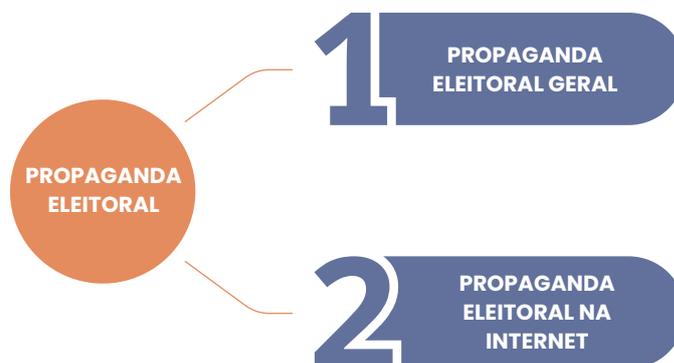
2. Divulgação de opinião sobre questões políticas, inclusive em shows, apresentações e apresentações artísticas, redes sociais, blogs, sítios eletrônicos pessoais e aplicativos.

3. Pedido de apoio político e a divulgação da pré-candidatura e das ações políticas.



1.4.3. Formas da propaganda eleitoral

A Res. TSE n.º 23.610/2019, com as alterações estabelecidas pela Res. n.º 23.732/2024, traz as formas e proibições da propaganda eleitoral. As irregularidades serão analisadas a partir de duas perspectivas:



A propaganda eleitoral geral se diferencia da propaganda na internet, principalmente pelos meios e formatos utilizados durante um período eleitoral, para a divulgação da plataforma política, dos quais se destaca:

Propaganda Eleitoral Geral

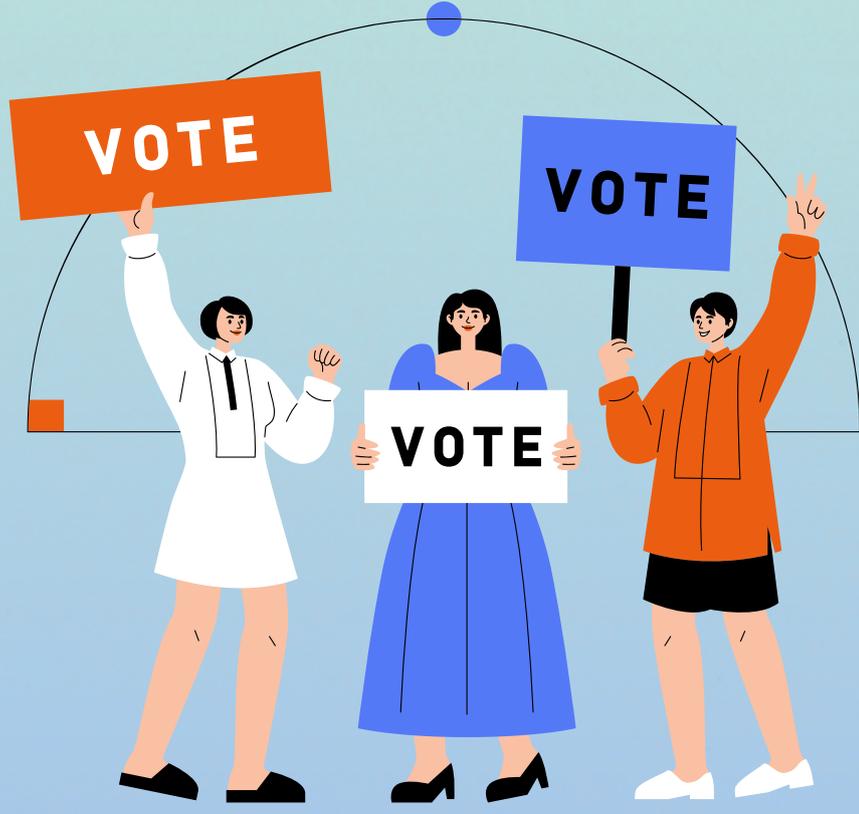
- 1.Meios Tradicionais: Ex. Televisão, rádios e comícios.
- 2.Alcance: Amplo e genérico, sem segmentação.

Propaganda na Internet

- 1.Meios Digitais: Ex. redes sociais (como Facebook), blogs e diferentes outras plataformas digitais.
- 2.Alcance: Formatos diversificados (Ex. posts, vídeos com alcance segmentado, posts orgânicos, dentre outros) com uso da segmentação precisa do público-alvo.

PROPAGANDA ELEITORAL GERAL

02



2. PROPAGANDA ELEITORAL GERAL

O QUE PODE E O QUE NÃO PODE

Na campanha eleitoral, assim como na pré-campanha, existem atos permitidos e proibidos pela legislação eleitoral, tais como:

2.1. SHOWMÍCIO

NÃO PODE: Realização, presencial ou transmitida pela internet, de showmício e eventos assemelhados, ainda que a(o) artista não cobre cachê, em razão da proibição de oferecimento de vantagem ao eleitor (Art. 17 da Res. TSE n.º 23.610/2019 e ADI 5970 do Supremo Tribunal Federal-STF).



Exceções à proibição de showmício e de eventos semelhantes (Res. TSE n.º 23.610/2019, art. 17, incisos I e II):

1. Candidatas e candidatos que sejam profissionais da classe artística, que poderão exercer as atividades normais de sua profissão durante o período eleitoral, exceto em programas de rádio e de televisão, na animação de comício ou para divulgação, ainda que de forma dissimulada de sua candidatura ou de campanha eleitoral;
2. Apresentações artísticas ou shows musicais em eventos de arrecadação de recursos para campanhas eleitorais previstos na Lei n.º 9.504/97, art. 23, § 4º, V.

PODE: Realizar comícios e utilizar aparelhagens de sonorização fixas no horário compreendido entre as 8 (oito) e as 24h (vinte e quatro horas), com exceção do comício de encerramento da campanha, que poderá ser prorrogado por mais 2 (duas) horas



(Lei n.º 9.504/1997, art. 39, § 4º).

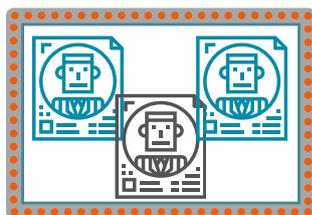
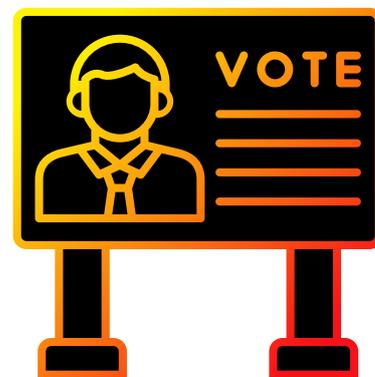
Candidato(a) pode participar de eventos de arrecadação e emitir opinião?

Nos eventos de arrecadação, é livre a manifestação de opinião política e preferência eleitoral pelas(os) artistas que se apresentarem e a realização de discursos por candidatas, candidatos, apoiadoras e apoiadores. (Res. TSE n.º 23.610/19, art. 17, § 2º).

2.2 PROPAGANDA EM OUTDOOR

É PROIBIDO: Realizar propaganda eleitoral em outdoor, inclusive eletrônicos, durante a campanha eleitoral (art. 26 da Res. 23.610/19)

Configura prática vedada com punição inclusive da empresa responsável pelo pagamento de multa.



NÃO PODE: A utilização de conjunto de peças de propaganda, justapostas ou não, que se assemelhem ou causem “efeito visual de outdoor”.


atenção

Outdoors de felicitação na pré-campanha, regra geral, são considerados pelo TSE como indiferente eleitoral.

Precedentes:

Ac. de 21/3/2024 no AgR-REspEI n. 060336564, rel. Min. Nunes Marques.

Ac. de 3.12.2013 no AgR-REspe nº 38886, rel. Min. Laurita Vaz

A responsabilidade da(o) candidata(o) não depende de prévia notificação, basta que as circunstâncias demonstrem o seu prévio conhecimento.

SANÇÕES: Empresa responsável, partidos e candidatas(os) à imediata retirada + multa R\$ 5.000,00 a R\$ 15.000,00. Lei n.º 9.504/1997, art. 39, § 8º.

2.3. PROPAGANDA EM BENS PÚBLICO E DE USO COMUM

NÃO PODE: Realizar propaganda eleitoral em bens públicos e de uso comum, inclusive postes de iluminação, sinalização de tráfego, passarelas, pontes, paradas de ônibus, árvores, templos, etc. (Lei n.º 9.504/97, art. 37, § 4º).



No âmbito do controle da propaganda eleitoral irregular, não está autorizada a prática de atos judiciais ou administrativos que determine ou promova o ingresso de agentes públicos em universidades públicas e privadas.



Res. 23.610/19, art. 19, §10º, ADPF 548/DF).

• TÁXI

É PROIBIDO realizar propaganda eleitoral em táxi por ser considerado como bem de uso comum, pois é um serviço que depende de licença ou permissão do poder público.



• APLICATIVOS DE VIAGEM

Há jurisprudência que entende que a propaganda eleitoral seria proibida nos carros de aplicativos de viagens, como exemplo, o Uber, por serem serviços acessíveis às pessoas em geral. Precedente: Recurso Eleitoral 060020287/MG, Relator(a) Des. Luiz Carlos Rezende e Santos, Acórdão de 08/03/2021, Publicado no(a) DJE-TREMG, data 12/03/2021.



Em relação aos candidatos(as), sua responsabilização depende do prévio conhecimento.

2.4. DA PROPAGANDA EM BENS PARTICULARES

Regra

“ Em bens particulares a propaganda eleitoral deve ser espontânea e gratuita. ”

A limitação da utilização de artefato para fins de propaganda eleitoral em bens particulares é quase total, restando a possibilidade de propaganda em janelas residenciais e veículos.



PODE: Fixar adesivo plástico em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, desde que não exceda a 0,5 m² (meio metro quadrado).



NÃO PODE: Possuir efeito visual único, com justaposição, mesmo respeitando, individualmente, o limite de 0,5m² (Res. TSE n.º 23.610/2019, art. 20, inciso II, § 1º).

• ADESIVOS EM AUTOMÓVEIS

É PROIBIDO propaganda eleitoral em veículos, exceto se forem adesivos microperfurados até a extensão total do para-brisa traseiro e, em outras posições, adesivos que não excedam a 0,5m² (meio metro quadrado). Lei n.º 9.504/1997, art. 37, § 2º, II; e art. 38, § 4º.



2.5. UTILIZAÇÃO DE BANDEIRAS

São permitidas a disponibilização de mesas para distribuição de material de campanha, bem como a utilização de bandeiras ao longo das vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas (inclusive daquelas que utilizem cadeira de rodas ou pisos direcionais e de alerta para se locomoverem) e veículos.



06:00

22:00

As mesas e as bandeiras devem ser colocadas e retiradas diariamente, entre 6h e 22h, ainda que nesse

intervalo os aparatos estejam fixados em base ou suporte. Caberá à autoridade judiciária eleitoral competente analisar, no caso concreto, se há prejuízo à circulação de pessoas e veículos (Lei n.º 9.504/97, art. 37, §§ 6º e 7º; Res. TSE n.º 23.610/2019, art. 19, §§ 4º e art. 20, I).

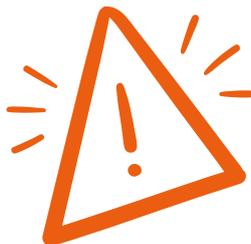


2.6. PROPAGANDA EM COMITÊ DE CAMPANHA

É PERMITIDO: Aos partidos políticos, às federações e às coligações, que estiverem devidamente registrados, o direito de, independentemente de licença da autoridade pública e do pagamento de qualquer contribuição, inscrever na fachada de suas sedes e dependências, o nome que os



designe, pela forma que melhor lhes parecer. O endereço da sede deve ser informado no Requerimento de Registro de Candidatura (RRC) e Demonstrativo de Regularidade de Atos Partidários (DRAP).



Na parte externa da sede do comitê central, os textos não podem ultrapassar 4 metros quadrados, e nos demais comitês de campanha, a divulgação dos dados da candidatura deve observar o limite de meio metro quadrado.

PODE: O interior do comitê não se submete a qualquer limite, desde que não se tenha a visualização externa.

2.7. USO DE ALTO-FALANTES E CARRO DE SOM



PODE: Utilizar alto-falantes e carro de som até a véspera da eleição, entre 8h e 22h.



É PERMITIDA a utilização de carro de som ou minitrio para sonorização de carreatas, caminhadas, passeatas ou durante reuniões e comícios.

É PROIBIDA a instalação e o uso de alto-falantes ou amplificadores de som em distância inferior a duzentos metros:



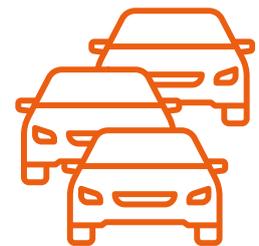
1. Das sedes dos Poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário) e dos quartéis e outros estabelecimentos militares;
2. Dos hospitais e casas de saúde;
3. Das escolas, bibliotecas públicas, igrejas e teatros, quando em funcionamento.

2.8. CAMINHADAS, PASSEATAS E CARREATAS

É PERMITIDA a realização de passeatas, caminhadas e carreatas, devendo ser previamente comunicadas às autoridades competentes, como órgãos de trânsito e segurança pública, para adoção de medidas para garantir a segurança e a organização do evento.



PODE: Utilizar carro de som ou minitrio nas caminhadas, passeatas e carreatas ou durante reuniões e comícios.



NÃO PODE: Realizar passeata, caminhada e carreata no dia da eleição.



Exclusivamente em comício, é permitida a utilização de trios elétricos.



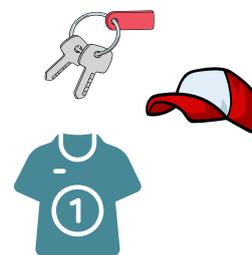
A realização de passeata e carreata poderá ser realizada até às 22h (vinte e duas horas) do dia que antecede o da eleição, acompanhadas ou não por carro de som, ou minitrio. Lei n.º 9.504/97, art. 39, §§ 9º e 11 e Res. TSE n.º 23.610/19, art. 16.

2.9. CAMISAS, CHAVEIROS, BONÉS, CANETAS E BRINDES AFINS



PODE: As(os) eleitoras(es) utilizarem bandeiras, broches, adesivos, camisetas e outros adornos semelhantes, como forma de manifestação de suas preferências pessoais por partido político, federação, coligação, candidata ou candidato.

NÃO PODE: Durante o período da campanha eleitoral, a confecção e distribuição, por comitê candidata(o), de camisetas, chaveiros, bonés, canetas, brindes, cestas básicas ou quaisquer outros bens, ou materiais que possam proporcionar vantagem ao eleitor. Lei n.º 9.504/1997, art. 39, § 6º.



A distribuição de brindes ou qualquer tipo de vantagem aos eleitores poderá gerar multas e até, dependendo da gravidade da infração, a cassação de registro ou diploma, se já expedido.

2.10. MATERIAIS IMPRESSOS

É permitida a distribuição de folhetos e outros impressos, dentro dos limites estabelecidos em relação às dimensões e ao prazo previstos na lei.

Todo material impresso de campanha eleitoral deve ter o CNPJ ou o CPF de quem confeccionou,

bem como de quem contratou, e a tiragem, respondendo o(a) infrator(a) pela propaganda vedada e, se for o caso, pelo abuso de poder.



2.11. UTILIZAÇÃO DE JINGLE

REQUISITO



“
CONSENTIMENTO
DO AUTOR
”

Novidade legislativa

Em obras artísticas ou audiovisuais que utilizam Jingles para propaganda eleitoral, é necessário obter a autorização. Se não houver autorização expressa, o autor pode solicitar o fim do uso do jingle, não sendo necessária a comprovação de dano, culpa ou dolo, nos termos do art. 23-A da Res. TSE n.º 23.600/2019, incluído pela Res. TSE n.º 23.727/2024.



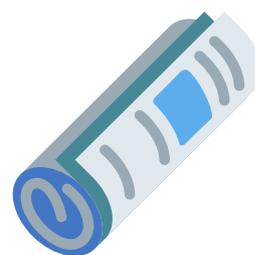
ATENÇÃO: Cabe pedido de tutela para proibir a divulgação de material ainda não veiculado, ordenar a remoção de conteúdo divulgado e impedir a reiteração do uso não autorizado da obra artística.

É cabível a antecipação de tutela quando há plausibilidade do direito e risco de dano, sendo que para que a decisão seja eficaz poderão ser utilizados os meios coercitivos, como a aplicação de multa processual.

2.12. JORNAIS E REVISTAS (IMPRESA ESCRITA)



PODE: A divulgação de opinião favorável à candidata, candidato, partido político, federação ou à coligação é permitida desde que não seja matéria paga.



NÃO PODE: Publicação que exceda 1/8 da página de jornal padrão e 1/4 da página de revista ou tabloide; e deixar de constar no anúncio, de forma visível, o valor pago pela inserção.

2.13. ENQUETES (OU SONDAGENS) E PESQUISAS ELEITORAIS

NÃO PODE: Realização de enquetes ou sondagens, relacionadas ao processo eleitoral, a partir de 15 de agosto de 2024.

É PERMITIDA a realização e divulgação de pesquisas eleitorais, registradas no Tribunal Superior Eleitoral, para fins de levantamentos de opinião pública realizados para medir a intenção de voto dos eleitores em relação aos candidatos em uma eleição.

O artigo 33 da Lei n.º 9.504/1997 e a Res. TSE n.º 23.600/2019, alterada pela Res. TSE n.º 23.727/2024, estabelece as regras para a realização e divulgação de pesquisas eleitorais. Entende-se por enquete ou sondagem o levantamento de opiniões sem plano amostral, que dependa da participação espontânea do interessado, e que não utilize método científico para sua realização, quando apresentados resultados que possibilitem ao eleitorado inferir a ordem dos(as) candidatos(as) na disputa.



ENQUETES OU SONDAGEM



PESQUISA ELEITORAL

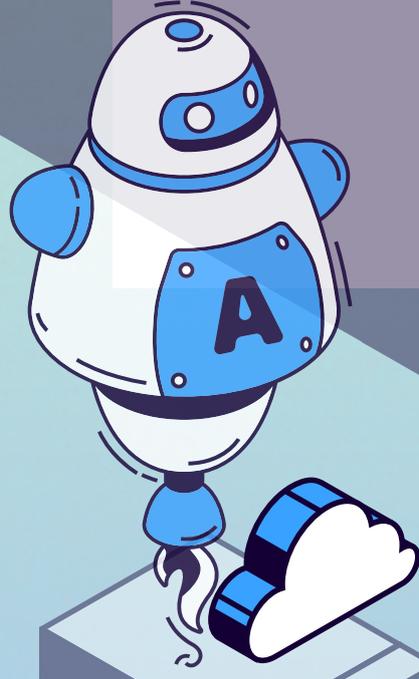
Levantamento de opiniões sem plano amostral nem utilização de método científico para a realização.

A pesquisa possui metodologia utilizada, período de realização, plano amostral, dentre outros dados previstos na Res. TSE n.º 23.600/2019.



A enquete que seja apresentada ao público como pesquisa eleitoral será reconhecida como pesquisa de opinião pública sem registro na Justiça Eleitoral, nos termos da Res. TSE n.º 23.600/2019, art. 23., § 1º-A.

PROPAGANDA NA 03 INTERNET



3. PROPAGANDA NA INTERNET

3.1. REGRA GERAL

LIBERDADE DE
EXPRESSÃO

MANIFESTAÇÃO
DOS ELEITORES



A livre manifestação da pessoa identificada na internet somente pode ser limitada se ofender a honra ou imagem de candidatos(as) ou partidos, ou divulgar fatos inverídicos.

NÃO PODE, mesmo que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral na internet em sites de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos, e em sites oficiais ou hospedados por órgãos ou por entidades da administração pública direta, ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

3.2. PONTOS IMPORTANTES DA PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET

➔ A ordem judicial que exigir a remoção de conteúdo da internet estabelecerá um prazo não inferior a 24 horas para cumprimento, e deve incluir, sob pena de nulidade, a URL, URI ou URN do conteúdo específico.

➔ A postagem será considerada anônima somente quando for impossível a identificação do usuário após a adoção das providências previstas no art. 40 da Res. TSE n.º 23.610/19.

➔ As ordens de remoção de conteúdo divulgado na internet serão concedidas apenas quando forem constatadas violações às regras eleitorais ou ofensas a direitos das pessoas envolvidas no processo eleitoral.

➔ A falta de identificação imediata do(a) usuário(a) responsável pela divulgação do conteúdo não é suficiente para autorizar a sua remoção.

NÃO PODE, propaganda paga na internet, porém **PODE** o serviço de impulsionamento.

3.3. IMPULSIONAMENTO

3.3.1. O que é?

É o serviço contratado com os provedores de internet, visando a potencialização da divulgação, incluída a priorização paga de busca na internet.



3.3.2. Requisitos do impulsionamento na Pré-Campanha

O impulsionamento político-eleitoral pago só é permitido na pré-campanha se cumpridos cumulativamente os seguintes requisitos, nos termos do art. 3º-B da Res. TSE n.º 23.600/2019:

II - O serviço seja contratado por partido político ou pelo(a) pré-candidato(a) diretamente com o provedor;

II - Não haja pedido explícito de voto;

III - Os gastos sejam moderados, proporcionais e transparentes;

IV - Observe as regras do impulsionamento na campanha.



ATENÇÃO: É proibido o impulsionamento de propaganda negativa. (Art. 29, § 3º, Res. TSE n.º 23.610/19).

SANÇÕES: O usuário responsável pelo conteúdo e o(a) beneficiário(a), se comprovado o prévio conhecimento, serão condenados à multa no valor de R\$ 5.000,00 a R\$ 30.000,00, ou em valor equivalente ao dobro da quantia gasta, se o cálculo superar o limite máximo da multa.

3.3.3 Propaganda irregular - Vinculação de desinformação - Impulsionamento de notícia falsa

NÃO PODE: Utilizar conteúdo criado ou manipulado para difundir fatos notoriamente inverídicos ou descontextualizados que causem danos ao equilíbrio do pleito ou à integridade do processo eleitoral (Art. 9º-C, Res. TSE n.º 23.610/19, incluído pela Res. TSE n.º 23.732/24).



RESTRIÇÕES AO IMPULSIONAMENTO:

É VEDADO ao provedor de aplicação, que comercialize qualquer modalidade de impulsionamento, disponibilizar esse serviço para veiculação de fatos inverídicos ou descontextualizados que atinjam a integridade das eleições (Art. 9º-D, § 1º, Res. TSE n.º 23.610/19, incluído pela Res. TSE n.º 23.732/24).



A Justiça Eleitoral poderá ordenar que provedores impulsionem, sem custos, informativo esclarecendo fatos impulsionados de maneira irregular. A veiculação seguirá os moldes e alcance da contratação original (Art. 9º-D, § 3º, Res. TSE n.º 23.610/19, incluído pela Res. TSE n.º 23.732/24).

3.3.4. DA ORDEM DE REMOÇÃO DE DESINFORMAÇÃO

As(os) juízas(es) estão vinculadas(os) ao repositório de decisões colegiadas do TSE, se a propaganda na internet veicular fatos inverídicos ou descontextualizados sobre o sistema eletrônico de votação, o processo eleitoral ou a Justiça Eleitoral (art. 9º-F, Res. TSE n.º 23.610/19, incluído pela Res. TSE n.º 23.732/24).



A vinculação se aplica a casos em que, apesar de edições, reestruturações ou artifícios para burlar sistemas de detecção, exista similitude substancial entre o conteúdo removido pelo TSE e o veiculado na propaganda regional ou municipal.

ATENÇÃO: A ordem de remoção pode estabelecer prazo inferior a 24 horas para cumprimento, considerando a gravidade da veiculação e as peculiaridades do processo eleitoral e da eleição em curso ou a se realizar, nos termos do art. 9º-F, Res. TSE n.º 23.610/19, incluído pela Res. TSE n.º 23.732/24.

MULTA POR DESINFORMAÇÃO:

A remoção de FAKE NEWS ou DEEPFAKE não impede a aplicação da multa do art. 57-D da Lei n.º 9.504/1997 por decisão judicial em representação.

R\$

DESCUMPRIMENTO: A imediata remoção do conteúdo ou indisponibilidade do serviço de comunicação, por iniciativa do provedor ou determinação judicial. (Art. 9º-B, § 4º, da Res. TSE n.º 23.610/19, incluído pela Res. TSE n.º 23.732/24).

3.4. OBRIGAÇÕES DOS PROVEDORES

1. Os provedores devem adotar providências imediatas e eficazes ao detectarem ou serem notificados por usuárias(os) sobre conteúdo ilícito para fazer cessar o impulsionamento, monetização e acesso ao conteúdo.



2. O provedor de internet, que veicule conteúdo político-eleitoral, deve adotar a publicização de medidas para impedir ou diminuir a circulação de fatos inverídicos, ou descontextualizados, que possam atingir a integridade das eleições.

3. Os provedores devem realizar ainda investigações internas para evitar nova circulação e inibir comportamentos ilícitos (art. 9º-D, § 2º, Res. TSE n.º 23.610/19, incluído pela Res. TSE n.º 23.732/24).



A veiculação de conteúdo político-eleitoral fora da campanha eleitoral está sujeita à transparência pelos provedores, pelas pessoas e entidades que criaram e divulgaram o conteúdo.

3.4.1. Responsabilidade do provedores

A responsabilidade dos provedores será solidária, civil e administrativamente, pela ausência de indisponibilidade imediata de conteúdos e contas, durante o período eleitoral, nos seguintes casos:



1. Condutas antidemocráticas violadoras do Código Penal;
2. Divulgação ou compartilhamento de fatos inverídicos que afetem a integridade das eleições.



Nos termos do art. 9º-E, Res. TSE n.º 23.610/19, incluído pela Res. TSE n.º 23.732/24, os provedores têm responsabilidade civil e administrativa se **NÃO** ocorrer a retirada imediata de conteúdos e contas durante o período eleitoral nos seguintes casos:

1. Ameaça direta e imediata de violência contra membros e servidores(as) da Justiça Eleitoral e do Ministério Público Eleitoral, ou contra a infraestrutura física do Poder Judiciário.
2. Comportamento ou discurso de ódio, incluindo racismo, homofobia ou ideologias discriminatórias.
3. Divulgação ou compartilhamento de conteúdo criado, ou manipulado por tecnologias digitais, em desacordo com as formas de rotulagem.

3.5. DA UTILIZAÇÃO DE CONTEÚDO SINTÉTICO MULTIMÍDIA

- **Inteligência artificial - IA generativa:**

A utilização de conteúdo sintético multimídia gerado por IA para criar, substituir, omitir, alterar a velocidade ou sobrepor imagens, ou sons, impõe o dever de informar, de modo explícito e destacado, que o conteúdo foi manipulado e a tecnologia utilizada. (Art. 9º-B, da Res. TSE n.º 23.610/19, incluído pela Res. TSE n.º 23.732/24).

AS INFORMAÇÕES DE UTILIZAÇÃO DE IA DEVEM SER:

ÁUDIO: No início da peça ou comunicação feita;

VÍDEO ou ÁUDIO E VÍDEO: No início da peça + rótulos e audiodescrição;

MATERIAL IMPRESSO: Em cada página ou face de material impresso em que utilizado o conteúdo produzido por inteligência artificial.

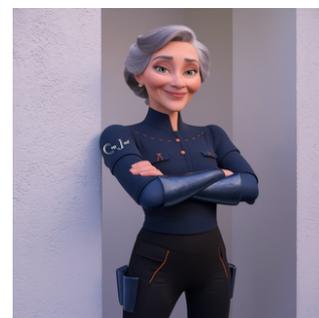
- **ChatBots:**

Software baseado em inteligência artificial que mantém conversa em tempo real por texto ou por voz.



- **Avatares:**

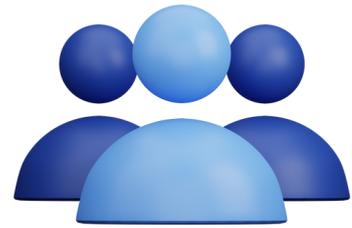
Persona digital ou representação visual de chatbot criada para humanizar a interação entre usuário e robô, que permite criar uma experiência envolvente e personalizada (ex: Alexa, Siri).



A utilização de chatbots, avatares e conteúdos sintéticos como artifício para intermediar a comunicação deve ser informada, de modo explícito e destacado, proibida qualquer simulação de interlocução com a (o) candidata (o) ou outra pessoa real.

- **DEEPPFAKE:**

Tecnologia que permite a sobreposição de rostos e vozes em vídeos. A utilização pode gerar cassação da candidatura e, se eleito(a), cassação do mandato.



NÃO PODE: O uso, para prejudicar ou favorecer candidatura, de conteúdo sintético em formato de áudio, vídeo ou ambos, criado ou manipulado digitalmente, ainda que com autorização, para criar, substituir ou alterar imagem ou voz de pessoa viva, falecida ou fictícia (Art. 9º-C, § 1º, da Res. TSE n.º 23.610/19, incluído pela Res. n.º TSE 23.732/24).

3.6. MENSAGENS INSTANTÂNEAS

As mensagens enviadas por candidatos(as) e partidos, por qualquer meio, deverão ter identificação completa do remetente e mecanismo que permita ao destinatário a solicitação de descadastramento e eliminação dos seus dados pessoais.



O remetente é obrigado a providenciar o descadastramento em 48 horas. SANÇÃO: multa de R\$ 100,00 por mensagem enviada após o prazo. (Art. 33, caput e § 1º da Res. TSE n.º 23.610/19).



PODE: As mensagens enviadas consensualmente por pessoa natural, de forma privada ou em grupos de participantes, não precisam dispor de mecanismo de descadastramento.

3.7. LIVES

A live eleitoral – entendida como a transmissão digital realizada por candidata ou candidato para promover sua candidatura com ou sem participação de terceiros e mesmo sem pedido explícito de voto – constitui ato de campanha eleitoral de caráter público (art. 29-A da Res. TSE n.º 23.610/19).



A partir de 16 de agosto, a utilização de live por candidata(o) para promoção pessoal ou de atos referentes a exercício de mandato, mesmo sem menção ao pleito, equivalerá à promoção de candidatura.

Aplicam-se às lives as mesmas regras referentes à propaganda eleitoral na internet, inclusive a proibição quanto à transmissão ou à retransmissão em sites, perfil ou canal de pessoas jurídicas e por emissoras de rádio e de televisão.

3.8. INFLUENCER DIGITAL

NÃO PODE: Contratação de influencer para realizar publicações de cunho político eleitoral em seu perfil, página, canal em rede social ou aplicações de internet assimiladas (art. 29, § 8º, da Res. TSE n.º 23.610/19).





04

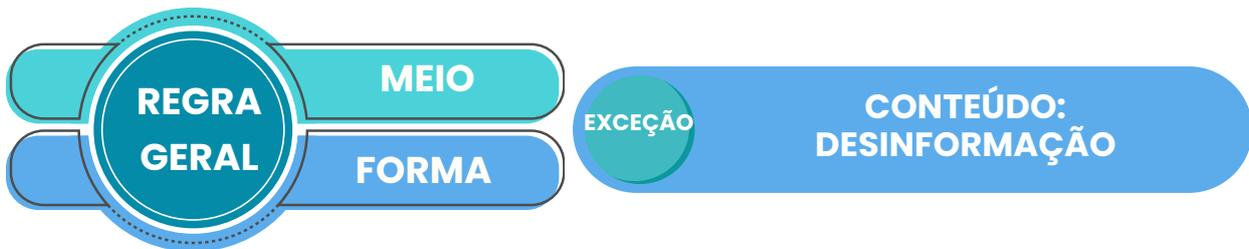
PODER DE POLÍCIA



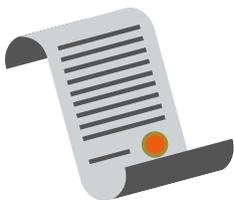
4. PODER DE POLÍCIA

4.1. CONCEITO

O poder de polícia eleitoral é exercido pelas(os) juízas(es) eleitorais designadas(os) pelos Tribunais Regionais Eleitorais.



4.2. FUNDAMENTOS



Art. 249 do Código eleitoral;
Art. 41, § 1º, da Lei n.º 9.504/1997, com a redação dada pela Lei n.º 12.034/ 2009;
Art. 2º do Provimento CRE/PA n.º 2 /2024.

4.3. MODALIDADES

1. PREVENTIVO: impedir o cometimento de uma infração.
2. REPRESSIVO: adoção de medidas para cessar a prática ilícita.

4.4. VEDAÇÕES

I - Aplicar sanções pecuniárias, instaurar de ofício a representação por propaganda irregular ou adotar medidas coercitivas tipicamente jurisdicionais, como a imposição de astreintes (Súmula n.º 18/TSE e art. 54, § 2º, da Res. TSE n.º 23.608/2019).



II - Exercer censura prévia sobre o teor dos programas e das matérias jornalísticas a serem exibidos na televisão, no rádio, na internet e na imprensa. (art. 6º, § 2º, da Res. TSE n.º 23.610/2019).



Limites: Devem ser tomadas as medidas necessárias para inibir práticas ilegais, não sendo admitida a censura prévia sobre programas de televisão, rádio ou internet.

4.5. DESTINAÇÃO DA PROPAGANDA ELEITORAL APREENDIDA

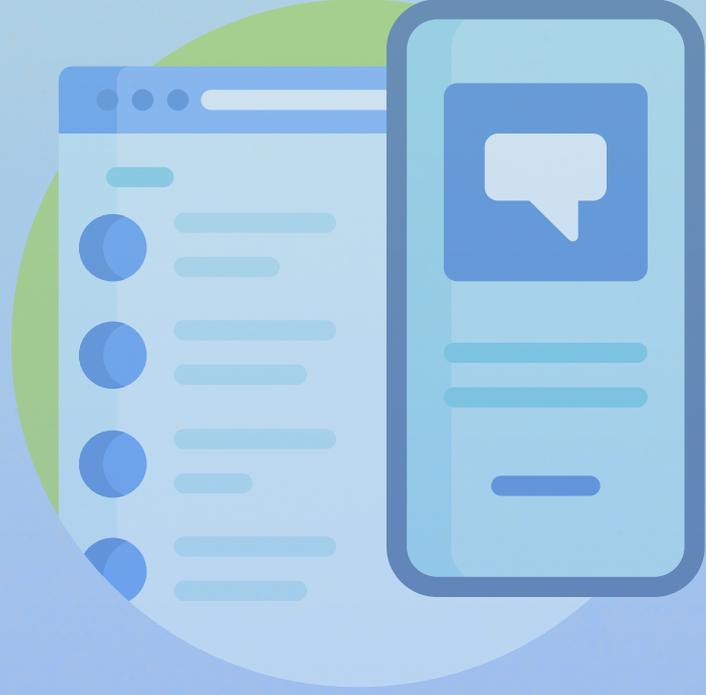
A partir de 1º de fevereiro de 2025, não havendo requerimento de devolução da propaganda irregular recolhida pela Justiça Eleitoral, caberá ao juízo zonal decidir sobre a guarda e destinação do material apreendido. Provimento CRE-PA n.º 02/2024, art. 18.



ANEXO I

05

SISTEMA DE ALERTA TSE



5. SISTEMA DE ALERTA – SIADE

A desinformação ou "notícias falsas" relativa à propagação de informações que visam desacreditar o processo eleitoral, as instituições responsáveis pela condução das eleições e seus resultados, devem ser combatidos. Este tipo de propaganda falsa pode ocorrer



por diversos canais, incluindo mídias sociais, websites e até mesmo meios de comunicação tradicionais, o que pode prejudicar a credibilidade dos cidadãos quanto ao sistema democrático e à Justiça Eleitoral.

Diante disso, o Tribunal Superior Eleitoral constituiu uma ferramenta cidadã de alerta denominada SIADE, que permite a qualquer pessoa o apontamento de fatos notoriamente inverídicos ou descontextualizados contra a integridade do processo eleitoral.

Assim, têm-se alguns exemplos de conteúdos potencialmente desinformativos que podem ser denunciados pelo SIADE.

SIADE - SISTEMA DE ALERTA TSE

Desinformação que atinge a Justiça Eleitoral
Desinformação que atinge membros, servidores e colaboradores da Justiça Eleitoral e do Ministério Público Eleitoral
Ameaças e incitação à violência contra integrantes ou o patrimônio da Justiça Eleitoral e do Ministério Público Eleitoral
Perturbação ou incitação à abolição do Estado Democrático de Direito (Atos Antidemocráticos)
Uso de inteligência artificial em desacordo com as regras de rotulagem ou para veicular desinformação
Comportamento ou discurso de ódio (racismo, homofobia, ideologias nazistas, fascistas, preconceito de origem, raça, sexo, cor, idade, religião e outras formas de discriminação)
Conteúdos desinformativos dirigidos a candidatas, candidatos, partidos políticos, coligações e federações, e que afetam a legitimidade do processo eleitoral;
Recebimento de mensagem eleitoral não solicitada via Whatsapp

Caberá poder de polícia em relação ao conteúdo, quando se tratar de combate à desinformação contra a Justiça eleitoral e o processo democrático.





CRE-PA

COMPROMISSO, INTEGRAÇÃO E INOVAÇÃO