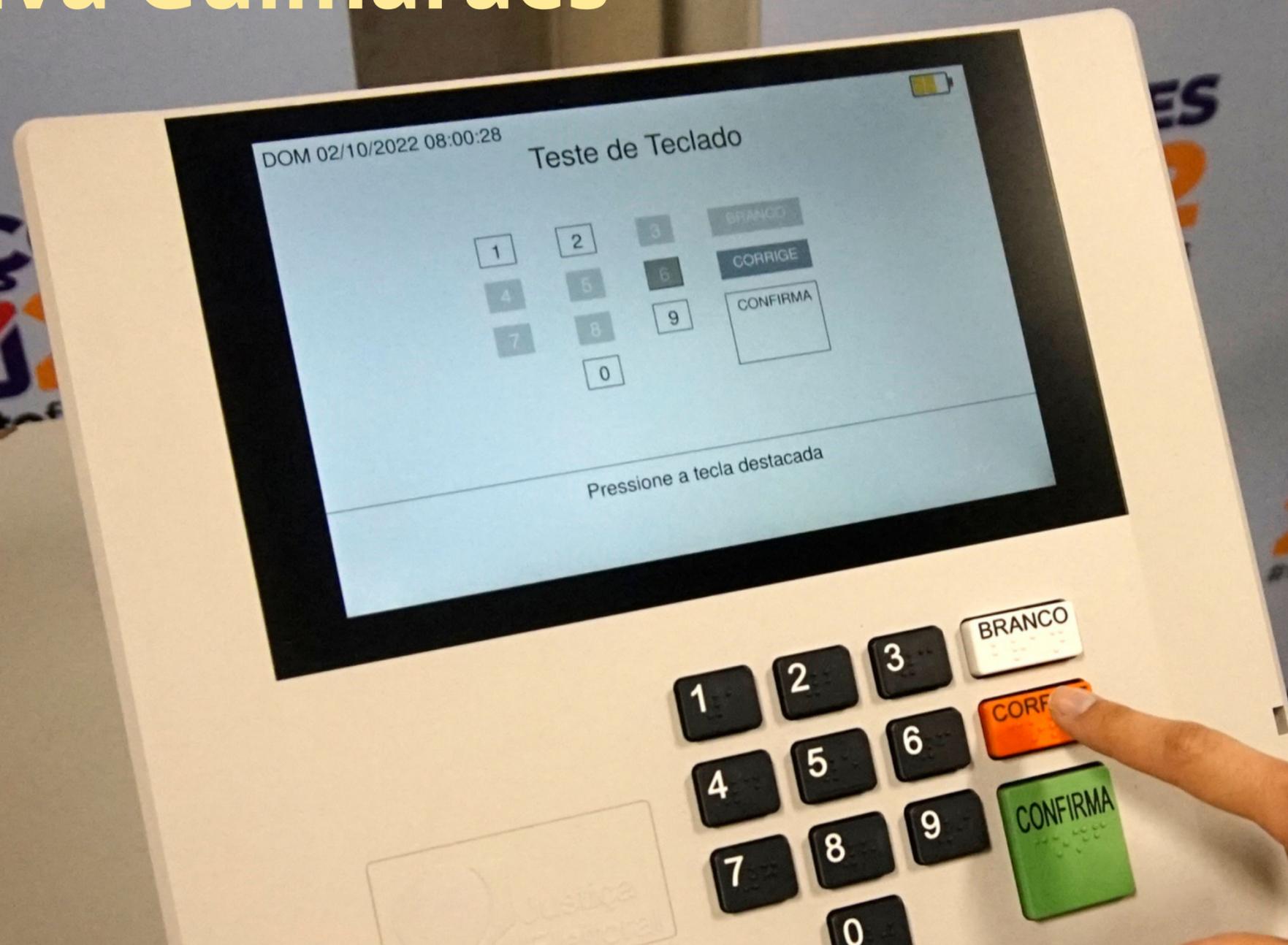


Caio Silva Guimarães



**Propaganda Eleitoral:
Perspectivas para as
Eleições 2024**

{
[

}
]

"
/

WWW



preâmbulo

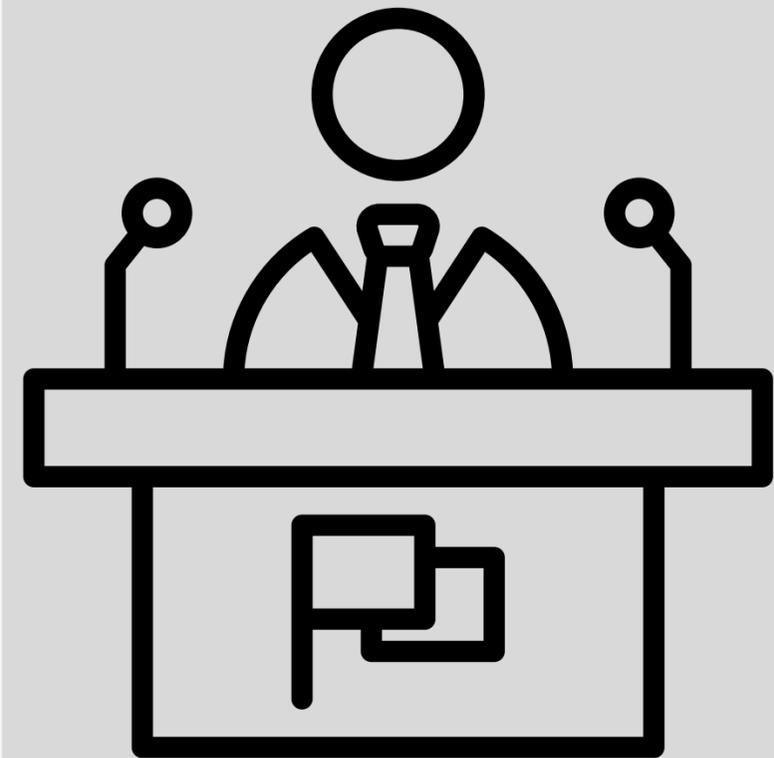
?

^

cl ic

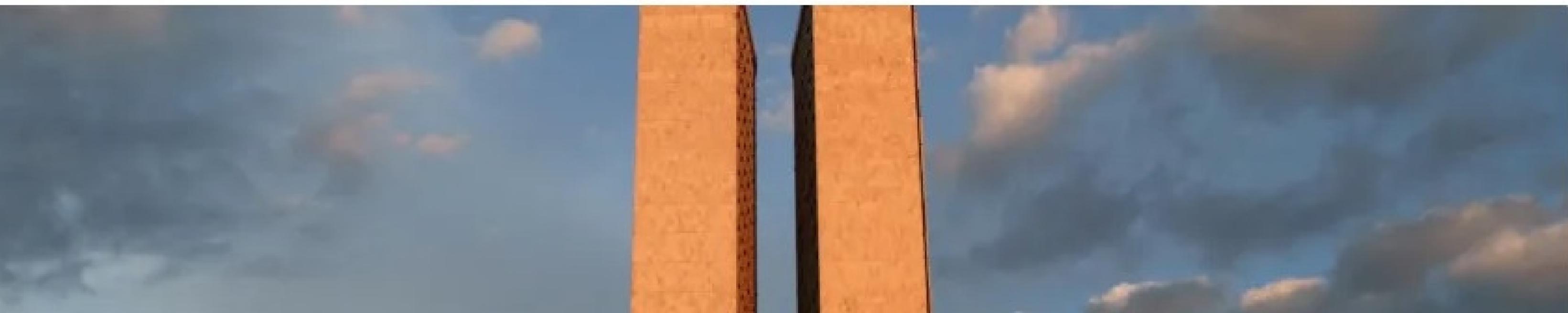
A Reforma Eleitoral 2023

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



Constituintes da reforma eleitoral deve evitar temas polêmicos como fake news e cota de gênero

Constituintes que discutem mudanças se reuniram com Moraes e dizem que buscarão pontos de consenso



Digital Service ACT

- 
- Primeiro pacote efetivo de medidas de contenção das big techs de tecnologia
 - Regulação de algoritmos
 - Conteúdos específicos para crianças
 - Impedimento de impulsionamento de fake news
 - Rotulação de propagandas



Digital Service ACT

O impacto nas Big Techs

- Plataformas com mais de 45 milhões de usuários possuirão uma série de limitações e obrigações legais específicas.
- Proibição da publicidade patrocinada com base em informações sensíveis como étnica, conotação política, idade, sexo.
- Bloqueio de conteúdos considerados de ódio e desinformativos, impedindo que essa categoria de conteúdo seja replicado e torne-se um trend topic



Digital Service ACT e Digital Market ACT

O impacto nas Big Techs

- No DSA, o notice-and-takedown significa que a obrigação de eliminar o conteúdo surge quando a plataforma for notificada de uma infração pelo usuário ou dela tomar conhecimento. Ou seja, o usuário não precisa percorrer o calvário da via judicial, cuja lentidão contrasta diretamente com a celeridade da internet e com a rapidez com que o dano se propaga.
- Foco nos “gatekeepers”



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



Especialistas defendem regulamentação para combater fake news

Bianca Mingote | 07/08/2023, 19h39



O Conselho de Comunicação Social (CCS) debateu em audiência pública, nesta segunda (7), formas de combate à desinformação e à descredibilização da imprensa. O debate teve a participação do deputado Orlando Silva (PCdoB-SP), relator na Câmara do projeto de lei que trata do combate às fake news (PL 2.630/2020 e apensados). Ele se comprometeu a enviar o relatório para análise do conselho antes da votação no Plenário da Câmara. Representantes da imprensa e de órgãos públicos destacaram a necessidade de regulamentação das plataformas para combater a desinformação.



Opções: Download

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?
- Como podemos observar a liberdade antes prevista nos arts.2º a 3-B da Res. 23.610/19

Casos Práticos 2022

RE 0600543-27
PEDRA AZUL MG



REL 060025994
RECIFE - PE

Reflexos na pré-campanha



Antecipação do Registro Proposta: 1/6 a 1/7 - registro

Impacto na propaganda das convenção partidária

Proposta de manutenção da data de início da propaganda eleitoral

A publicidade antecipada continua sem definição pela doutrina e jurisprudência

Reflexos na pré-campanha

Uso de Digital Influencers



NOVO CÓDIGO

Art. 515. É livre a propaganda eleitoral em blogs, sites e mídias sociais de pessoas físicas, que não explorem atividade econômica de qualquer espécie em seu espaço virtual, desde que espontânea e sem qualquer contrapartida que traga vantagens ao seu responsável.

O que diz a atual legislação?

Art. 29

§ 8º Incluem-se entre os tipos de propaganda eleitoral paga vedados pelo caput deste artigo a contratação de pessoas físicas ou jurídicas para que realizem publicações de cunho político-eleitoral em seus perfis, páginas, canais, ou assimilados, em redes sociais ou aplicações de internet assimiladas, bem como em seus sítios eletrônicos.

Caso prático



REC 0600852-16 MACAPÁ - AP

Reflexos na pré-campanha

Os indiferentes eleitorais



Casos recorrentes

Obras públicas

Outdoor de felicitação

Vídeos em redes sociais

Caso prático



REC 0600327-87 RJ



ESTUDOS DE CASO

AREspEI 0600287-13

RE 0600046-85

**APLICAÇÃO DA LEGISLAÇÃO EM
2022**

A continuidade da exposição via outdoor e distribuição de brindes

As enquetes na propaganda antecipada

Um caso de Gaslighting

Prévias e Convenções partidárias



**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

150 0001

MINI

STAMPA
FONE (11) 2493-0898

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

ANDERSON FERREIRA

Presidente do Partido Liberal em Pernambuco





Possíveis reflexos na Propaganda Eleitoral geral

DEP. FEDERAL

JS

JUNIOR
Sindicato
Federal de Macau

43000

Wobber

Wobber Macau

GENTE BOA



GUSTAVO



SAALING



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





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

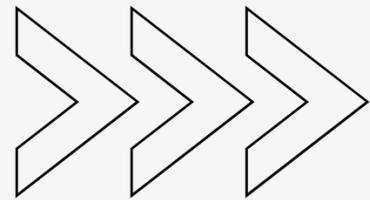


ARRACA DA DEMOCRACIA
SEN K.O
POR FA IOR

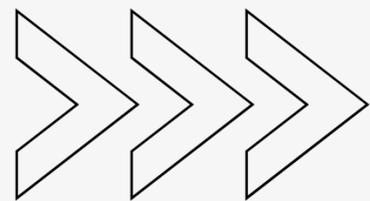
CIRÓ
2020



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

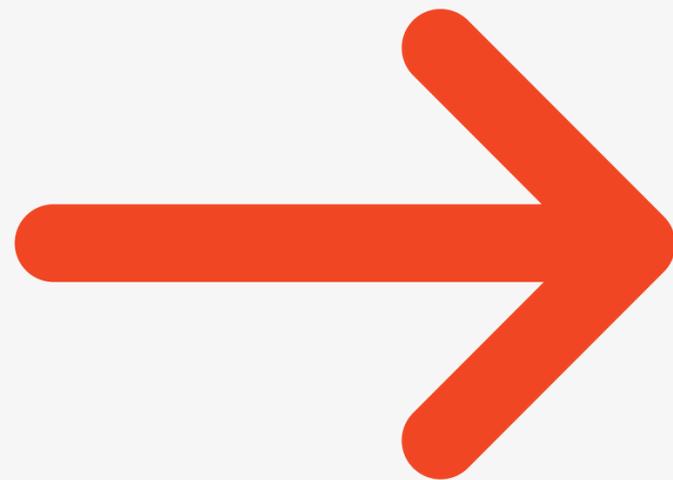


Propaganda em bens Públicos e de uso comum

- **Templos - Estudo de caso: REC 0601936-62. JABOATÃO DOS GUARARAPES - PE**

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

Rádio e TV - Aspectos Gerais em relação à 2022

Tratamento privilegiado nas rádios

REC 0601721-64 SE

Invasão de Horário Majoritário Vs Majoritário

REL 060188540 RS