

Caio Silva Guimarães

Tribunal Regional Eleitoral do Mato Grosso

Propaganda Eleitoral: Inovações Legais, Eleições Digitais, Desinformação e Perspectivas para as Eleições Gerais de 2026



preliminar

O Combate à desinformação em 2024

O que era esperado

- Uso massiva da desinformação.
- Utilização de ferramentas de I.A, inclusive generativa.
- Engajamento dos candidatos em ferramentas de Inteligência Artificial.
- Uma cópia de 2022, piorada.



E o que ocorreu?

- Uso de I.A generativa para jingles e vídeos de campanha.
- Montagens com rostos de candidatos.
- Uso de deepnudes.
- Apoio de IA Generativa para estruturação das campanhas, principalmente as de menor potencial financeiro.
- Volume de alterações de propaganda com I.A detectado extremamente baixo.

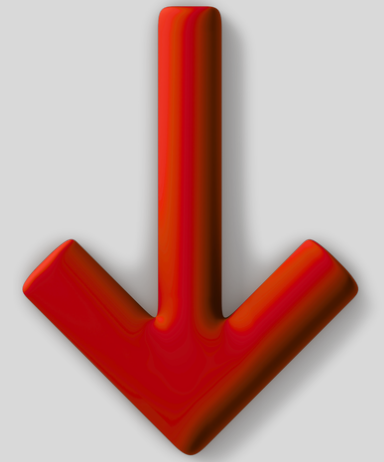
E o que ocorreu?

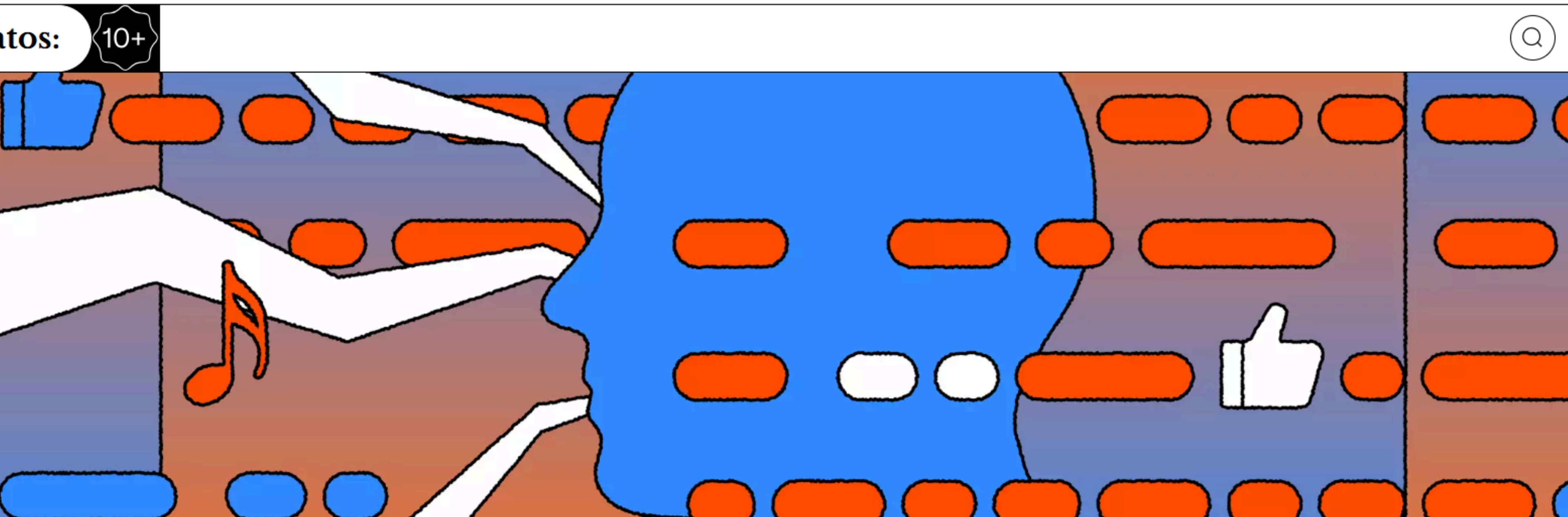
- Otimização do contato com eleitores (chatbot 24hrs).
- Monitoramento de redes sociais.
- Pacotes de produção de artes com I.A.
- Uso de I.A para modelagem do cenário da propaganda eleitoral.
- Gerenciamento do eleitorado por bairro (microgerenciamento).

E a fake news com I.A?

- As notícias falsas continuaram sendo realizadas pelos métodos “antigos” como disparo em massa de notícias em sites pouco confiáveis ou mesmo o uso de depoimentos enviesados de candidatos e apoiadores.

SAIBA MAIS





Méu

reportagem

18 de setembro de 2024, 15:07

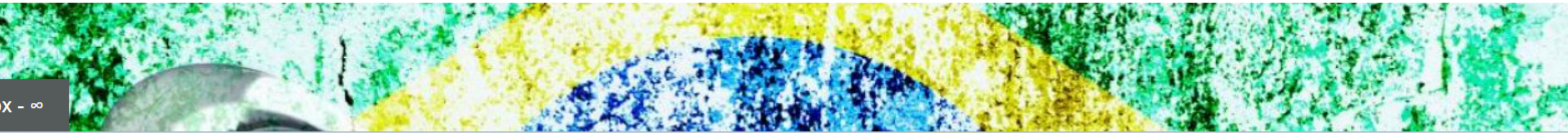
Candidatos usam jingles feitos com IA, mas escondem do eleitor

icial



Jingles, chatbots, deepfakes e nudes falsos: como a IA foi usada nas eleições de 2024 no Brasil

por **RAUL GALHARDI** • Nov 26, 2024 em **COMBATE À DESINFORMAÇÃO**



O que tivemos de cenário real em 2024?

- Aplicações de I.A generativas muito baratas em comparação ao benefício.
- Campanhas locais que focariam na I.A como um redutor de custos e otimizador da campanha.
- Uso de fake news em sua maioria por meios comuns, sem a intercorrência de deepfake ou I.A.
- Campanha relativamente tranquila (em números)



As restrições legais para o uso de Inteligência Artificial

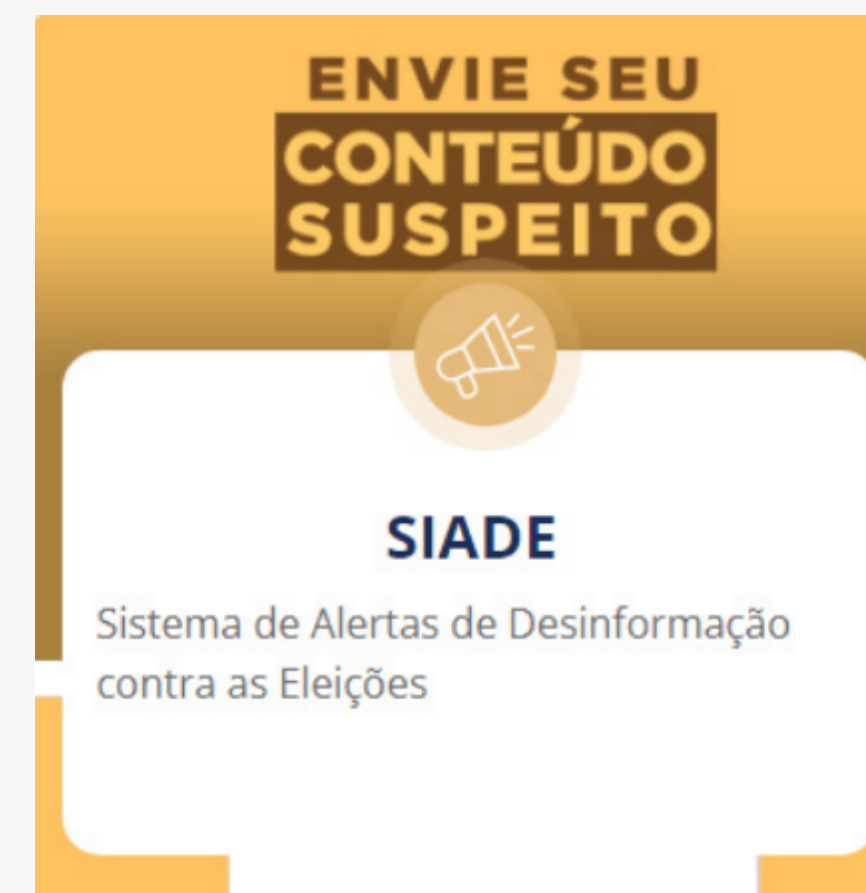
Resolução nº 23.610/19

Regras para uso de Inteligência Artificial

- Conteúdos multimídia (áudio, vídeo, imagem) feitos com IA só podem ser usados com aviso explícito sobre manipulação e tecnologia utilizada.
- O aviso deve aparecer com marca d'água e audiodescrição em imagens;
- No início de áudios e vídeos (áudio e vídeo);
- Em cada página de material impresso.
- Exceções: ajustes de qualidade, logomarcas/vinhetas e montagens usuais de campanha.
- É proibido simular interlocução de candidatos ou pessoas reais em chatbots e avatares.

Iniciativas das Plataformas em parceria com o TSE

- Criação do CIDDE.
- Participação de eventos com as plataformas como Google, facebook e TikTok.
- Treinamentos visando o combate à desinformação.
- API da biblioteca de anúncios (META)
- Páginas exclusivas para conteúdos de eleição.



E porque não tem impacto real?

- A desinformação, tratada aqui como notícia fraudulenta ou criminosa encontra eco na replicação das plataformas.
- Fake news geram engajamento muito maior que conteúdo verdadeiro.
- O real impacto viria com a mudança do viés dos algoritmos.

De onde copiamos em 2024?

O problema da adaptação

- Europa como norte da regulação de I.A.
- Regulação de propaganda comum na Europa foi copiada para o contexto eleitoral brasileiro.
- As plataformas devem buscar protagonismo no uso do que se chama autorregulação, sob pena de inclusão no polo passivo das demandas eleitorais



A regulação das redes sociais no Brasil

- Projeto de Lei nº 2630 - Lei das Fake News
- Projeto de Lei nº 2338/2023 - Lei da I.A.
- As redes sociais como meios de comunicação social
- O impacto dessa regulação nas eleições nacionais
- O peso dos acontecimentos de 2022 nas políticas digitais



E em 2026?

STF X Big Techs

Responsabilidade Proativa: As big techs agora são obrigadas a atuar de forma proativa na remoção de conteúdos ilegais antes mesmo de uma ordem judicial, o que não era a regra geral.

A regra que antes exigia ordem judicial para remover qualquer conteúdo (Art. 19 do Marco Civil) foi flexibilizada. Agora, a necessidade de uma ordem judicial para a remoção é restrita a casos de crimes contra a honra, como injúria e difamação.

TESE



PREMISSAS

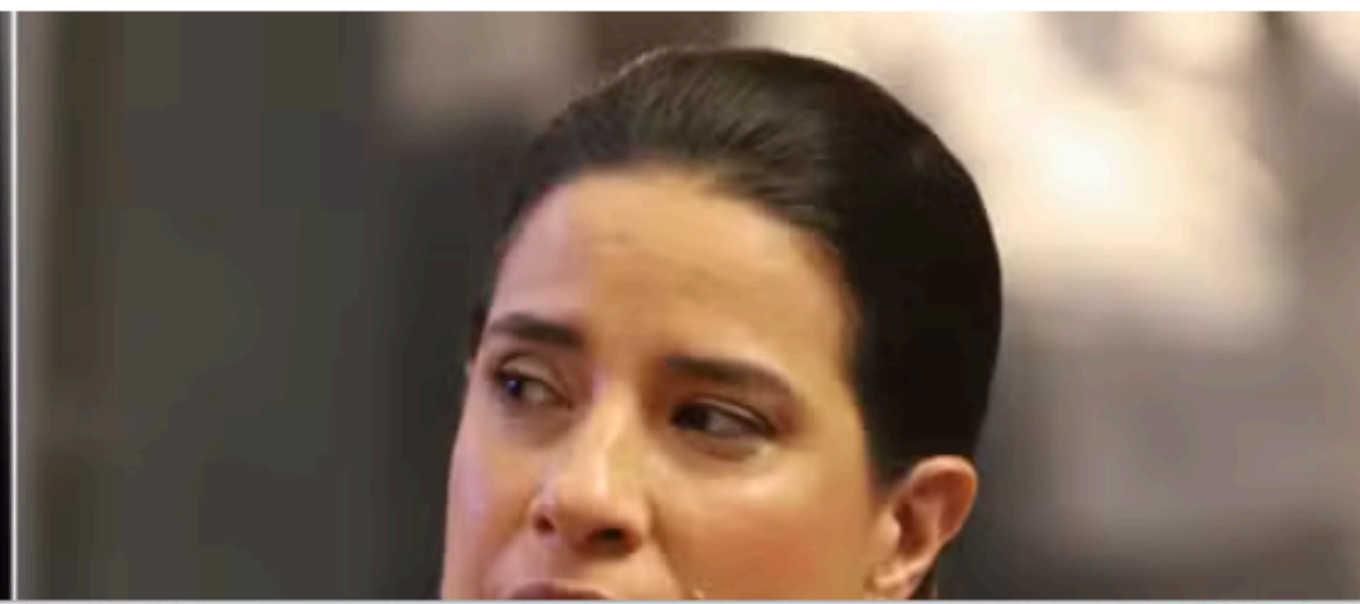


‘Pesquisa fake’ acirra ânimos da disputa entre Raquel Lyra e João Campos em Pernambuco

Suposto levantamento que mostraria empate com prefeito do Recife na corrida pelo governo foi compartilhado por aliados mas foi desmentido por instituto

Por **Johanns Eller**

17/05/2025 05h00 · Atualizado há 4 semanas



É #FAKE que William Bonner fez propaganda de candidatos a vereadores para eleições de 2024

Trata-se de uma deepfake: um áudio simulando a voz do apresentador foi produzido por inteligência artificial.

Por **Letícia Dauer**, g1

04/10/2024 07h00 · Atualizado há 11 meses



FAKE

Tabata Claudia Amaral de Pontes é uma politóloga, ativista pela educação e política brasileira filiada ao Partido Socialista Brasileiro (PSB). Atualmente exerce o mandato de deputada federal pelo estado de São Paulo.



FALSO

ESTADÃO 
VERIFICA 

2:10 PM · 7 de set de 2024 · 200.4 mil Visualizações

Combate aos crimes cibernéticos com uso de nudez (deepnude)

Comunica PF

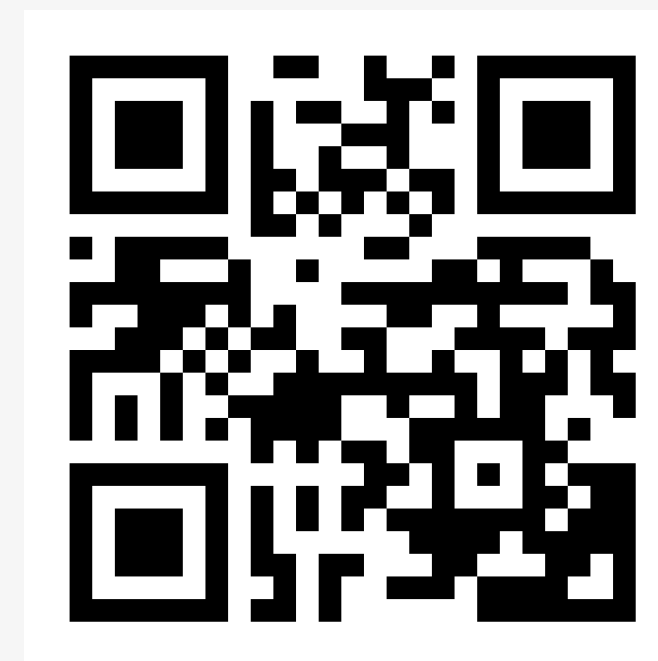
Ligue 100;

Ligue 180 (Central de Atendimento à Mulher);

Acesse e envie mensagem pelo Telegram para o
atendimento Direitos Humanos Brasil;

Mantenha contato com o número (61) 99611 0100, via
WhatsApp.

Disque 100 Web

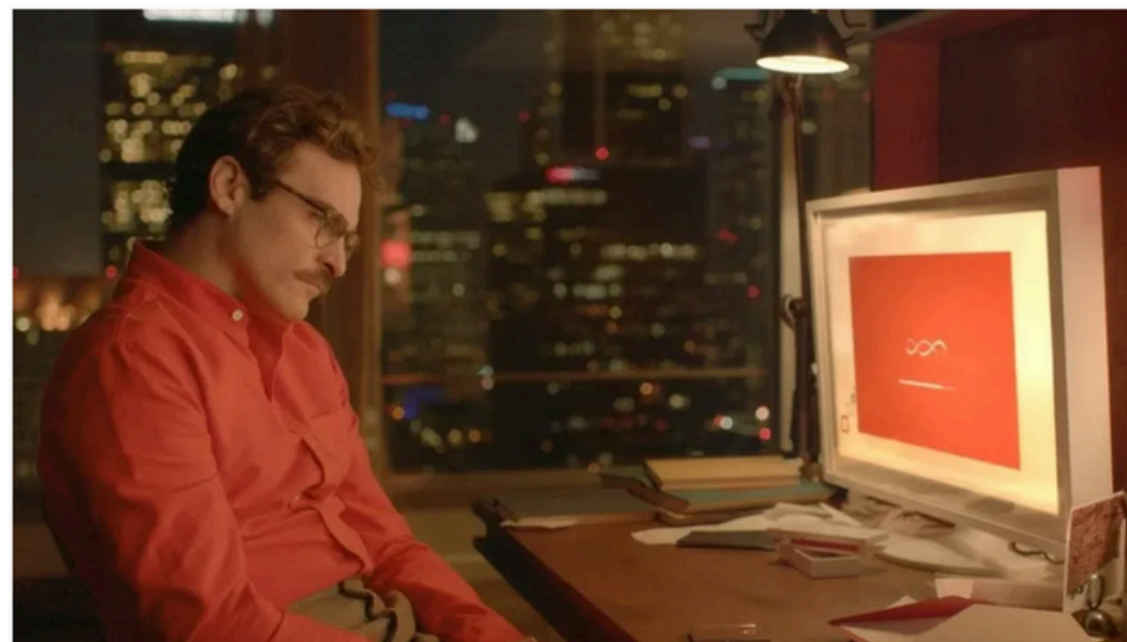


Os números não mentem: 48,7% dos usuários de IA que reportam problemas de saúde mental estão usando ChatGPT para suporte terapêutico (Sentio University, 2025)

exame.

Como o ChatGPT virou o maior terapeuta do mundo (e por que isso deveria nos preocupar)

Estamos presenciando o maior experimento de saúde mental não controlado da história humana, e isso é inquietante



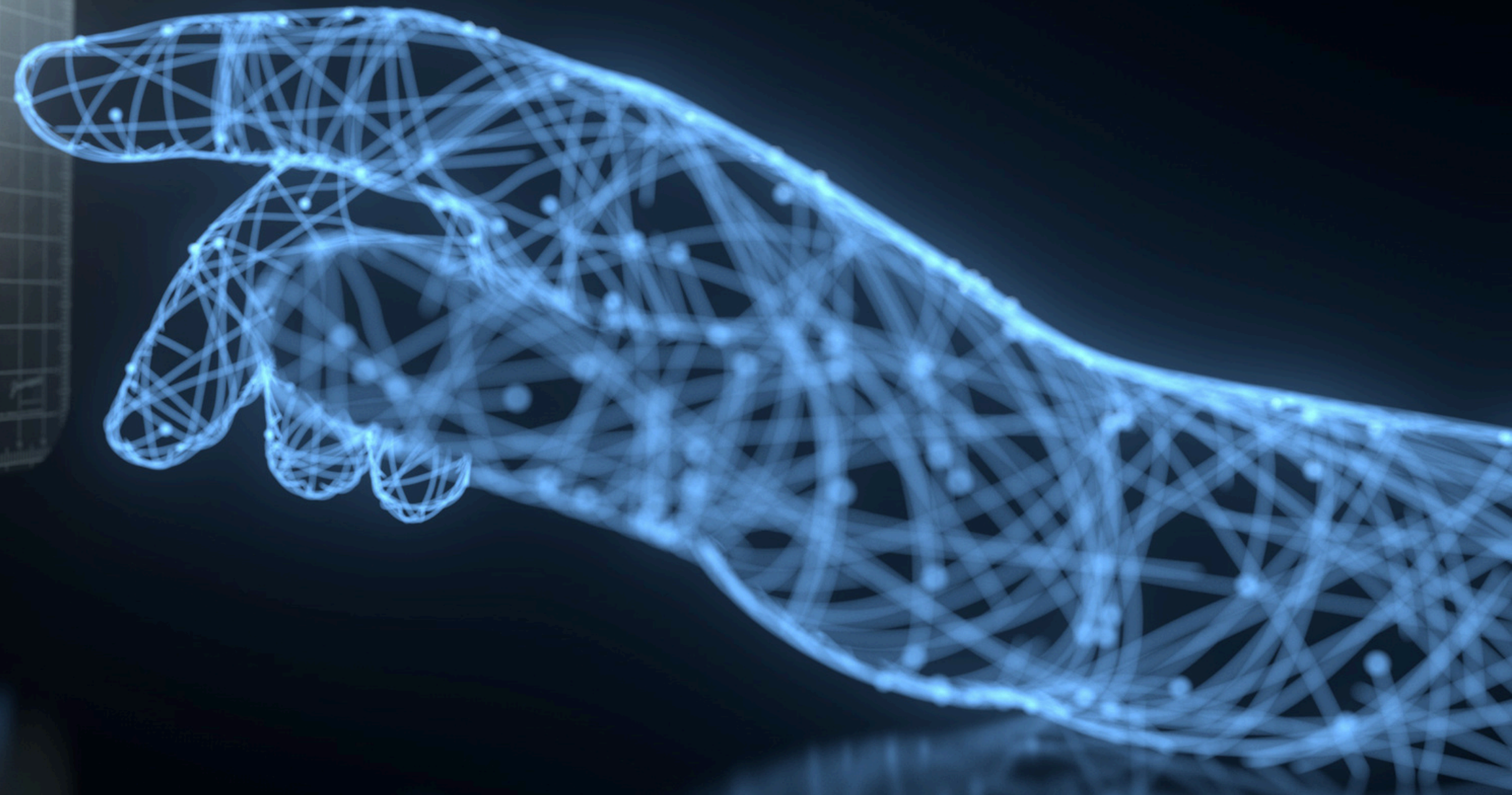
**O maior uso de I.A.
Generativa no Brasil**



A Inteligência Artificial

2018-2025

AI



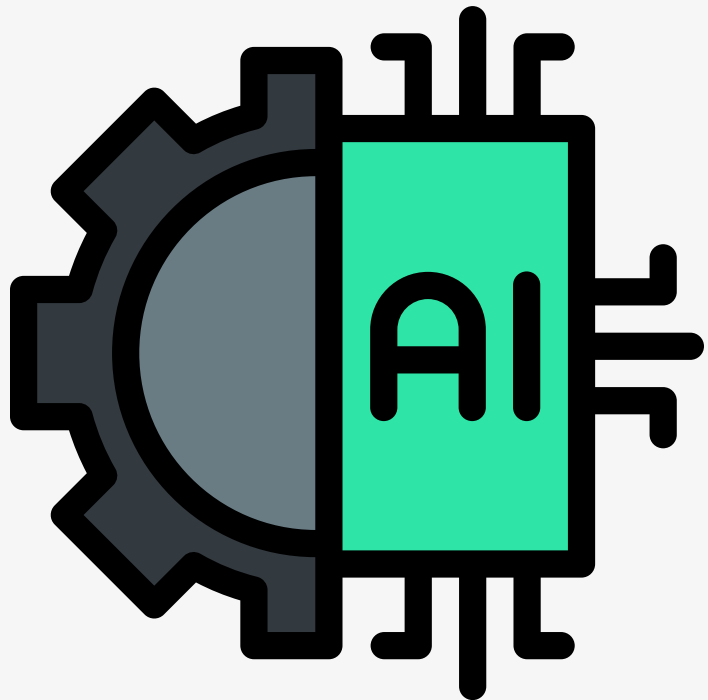
A “novidade” da Inteligência Artificial

Direcionamento político

Padrões de comportamento

Engajamento personalizado

Bolhas políticas digitais



Marketing Data-driven

A “novidade” da Inteligência Artificial

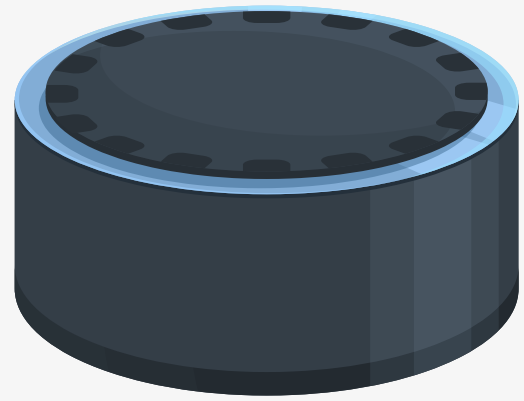
Grande quantidade de empresas e aplicações no mercado

Dificuldade no rastreamento de dados alterados

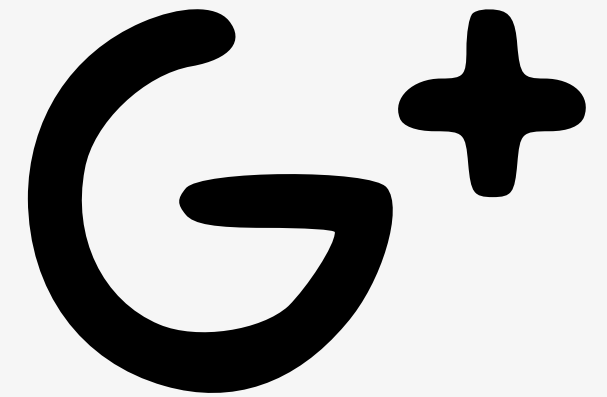


A “novidade” da Inteligência Artificial

O boom de sistemas como Chatgpt, gemini e Claude

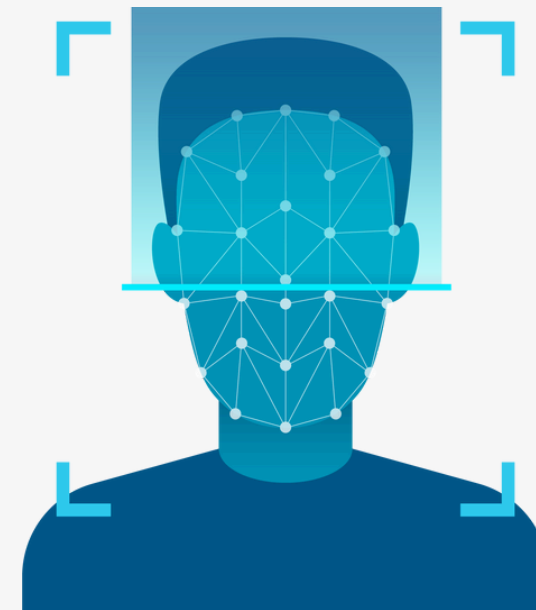


Quantas I.A's você usa por dia?



**A escalada da
tecnologia**

**Quem controla os
dados disponíveis?**



**CHAT
GPT**



A “prateleira” de I.A’s

Popularização do uso de Inteligência Artificial Generativa

Gemini

ChatGPT

Grok3

Claude

NotebookLM

Deepseek

Quadro síntese: [link](#)

Um exemplo simples

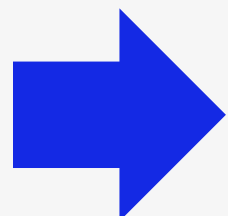
Criação de um jingle 2018 x 2025

Letra: ChatGPT

Canção: Elevenlabs, SUNO ou Aiva AI

**Na força da juventude, a esperança vai brilhar,
Com inteligência e coragem, Orós vai renovar.**

**É Caio Guimarães, com a gente a caminhar,
Coração e correção, pra cidade transformar!
É Caio Guimarães, é futuro, é solução,
Orós confia nele, com verdade e com ação!**



jingle pronto

DEEPFAKE

**Salto tecnológico de
2020 a 2025**

DEEPFAKE

**Aplicações de
fácil uso
(Deepface lab -
Reface)**

**Difícil combate sem
ferramentas e pessoal**

DEEPFAKE

Salto tecnológico de 2024 a 2025

Nano banana (google)

Veo3 (google)

Sora (OpenAI)

Capcut

LeonardoAI

Elevenlabs

Fidelidade do resultado

Preço acessível

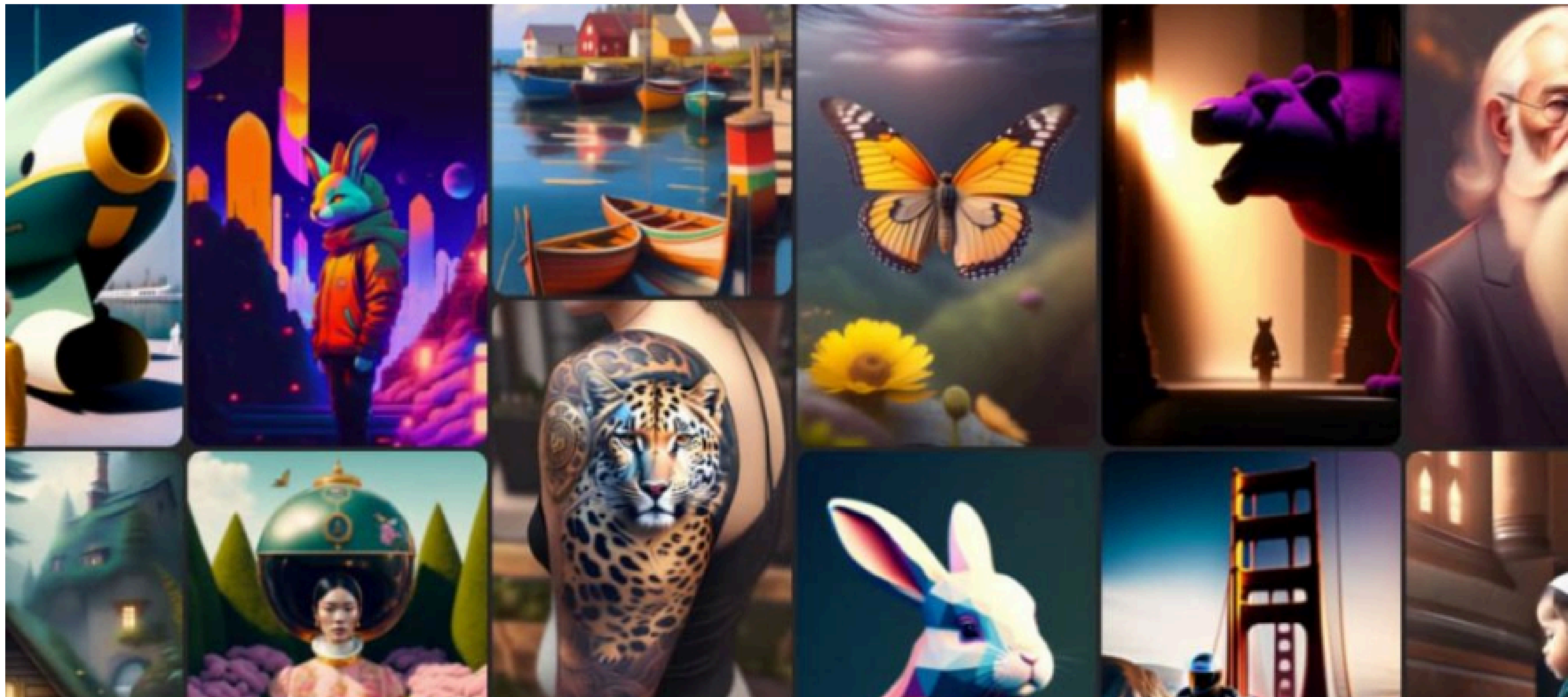
Eleição geral

IA criou tantas imagens num ano quanto as câmaras fotográficas nos primeiros 150 de vida

19 SET 2023 · [IMAGEM](#)

[2 COMENTÁRIOS](#)

Sabemos que a tecnologia permite otimizar processos, acelerando-os. Contudo, no caso da fotografia e das imagens, essa modernização parece insana: a Inteligência Artificial (IA) criou tantas imagens no espaço de um ano como as câmaras fotográficas nos seus primeiros 150 de vida.





**As montagens a seguir
viralizaram em 2024 (é sério)**



DEEPFAKE



DEEPFAKE



**Vamos aproveitar e propor fotos
mais realistas**



FATO OU FAKE?



FATO OU FAKE?



FATO OU FAKE?



FATO OU FAKE?

FATO OU FAKE?



FATO OU FAKE?



DEEPPFAKE

DEEPPFAKE



DEEPPFAKE

DEEPPFAKE

A eleição de 2024 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

A eleição de 2024 como embrião do combate à fake news

- Art. 9º e o 57-D (Cabimento de multa)
- Repositório de desinformação
- Responsabilidade dos provedores

O que esperávamos na 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.
- Poder de Policia - Decisões do TSE autorizam o uso irrestrito.

Conteúdo digital na pré-campanha

- Impulsionamento de conteúdo respeitando os critérios de campanha.
- Contratação apenas pelo pré-candidato ou Partido Político.
- Proibição do uso de I.A. e demais tecnologias vedadas na propaganda ordinária.

O retorno da propaganda subliminar

As antigas “palavras mágicas”

**vote em, eleja, apoie, marque sua cédula,
Fulano para o Congresso, vote contra, derrote e
rejeite.**

A semente da liberdade de expressão na
propaganda antecipada encontrou seu auge

O retorno da propaganda subliminar

Respe - SE Propaganda
subliminar

Respe - RR Propaganda
subliminar

Rep - AP Propaganda
subliminar

subliminar

Diz-se do que não está explícito, mas pode ser entendido pelas entrelinhas; que está subentendido.

Mensagem Subliminar. Diz-se da mensagem que se transmite às escondidas na tentativa de influenciar alguém sem que esta pessoa tenha consciência (...)



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.(Art. 3-A, par. única Res 23.610)

Propaganda Antecipada - 2025

Propaganda subliminar -
TRE/Go

Propaganda subliminar -
TRE-MA

Propaganda subliminar -
TRE/MG

**Os Tribunais Regionais Eleitorais
estabilizaram a análise de “pedidos
expressos de voto” de modo a
manter a liberdade na pré-
campanha**

Propaganda Antecipada - Novo Código

Excetuadas as manifestações democráticas previstas no art. 446 desta Lei, considera-se propaganda eleitoral antecipada aquela que, divulgada antes do dia 15 de agosto do ano da eleição, contenha pedido explícito de votos a favor ou contra candidato ou partido político, ou, ainda, a utilização de formas de propaganda ou fontes de receitas e gastos também vedados no período eleitoral, capazes de violar a igualdade de oportunidades entre os candidatos.

Propaganda Partidária

Desvirtuamento constitui ilícito mesmo sem pedido explícito de voto.



Caso Prático

Novidades na pré-campanha

Palavras mágicas? Ou o retorno à subliminaridade?

A “reforma” trazida pelo TSE via Resolução praticamente retoma o status quo do pedido subliminar.

A tendência de tratar a pessoa eleitora como alguém que necessita de tutoria eleitoral.

36-A



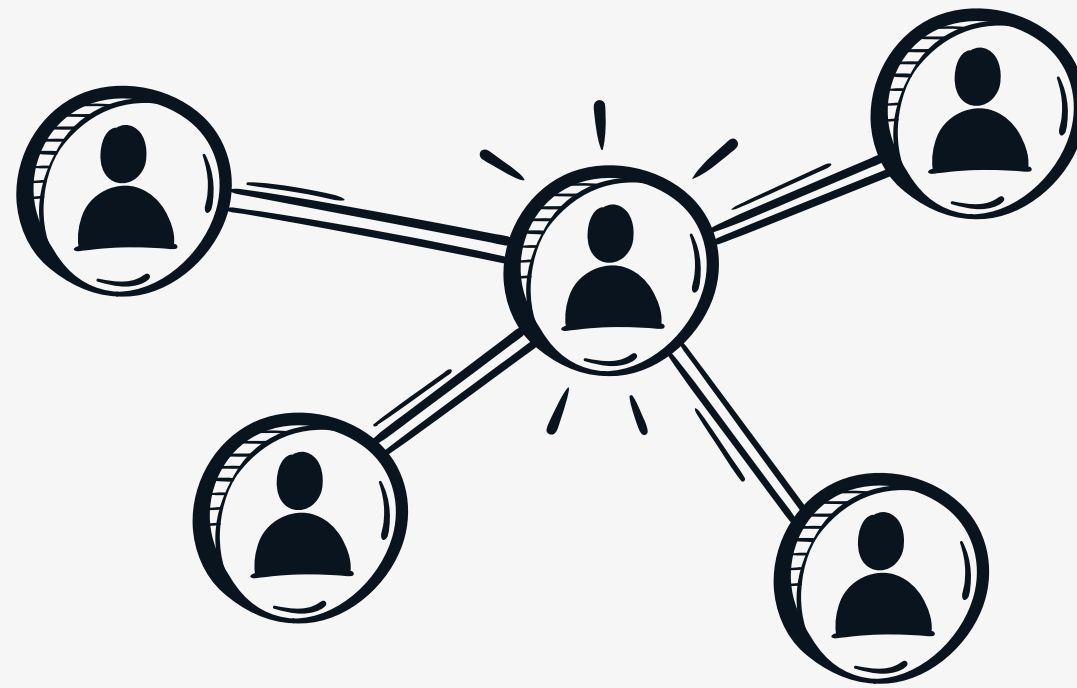
3-a

Novidades na pré-campanha

E o “gasto moderado”?

A regulamentação do TSE aplica o conceito de gastos moderados apenas em relação ao impulsionamento de conteúdo.

A jurisprudência aplica o gasto moderado (paridade de armas) aos casos gerais de propaganda antecipada



Pontos polêmicos na pré-campanha

A eterna confusão do posicionamento pessoal vs troca política

V - a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive em shows, apresentações e performances artísticas, redes sociais, blogs, sítios eletrônicos pessoais e aplicativos (apps); (Redação dada pela Resolução nº 23.732/2024)

Exemplo ➡ **Aije TRE MS**

§ 5º Exclui-se do disposto no inciso V deste artigo a contratação ou a remuneração de pessoas naturais ou jurídicas com a finalidade específica de divulgar conteúdos político-eleitorais em favor de terceiros. (Incluído pela Resolução nº 23.732/2024)

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.



Reflexos na pré-campanha

Uso de Digital Influencers



Pessoa natural, vedada:

2. a remuneração, a monetização ou a concessão de outra vantagem econômica como retribuição à pessoa titular do canal ou perfil, paga pelas(os) beneficiárias(os) da propaganda ou por terceiros.

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 E SUA CONEXÃO COM 2025**

A continuidade da exposição via outdoor e distribuição de brindes

As enquetes na propaganda antecipada
Um caso de Gaslighting

Prévias e Convenções partidárias

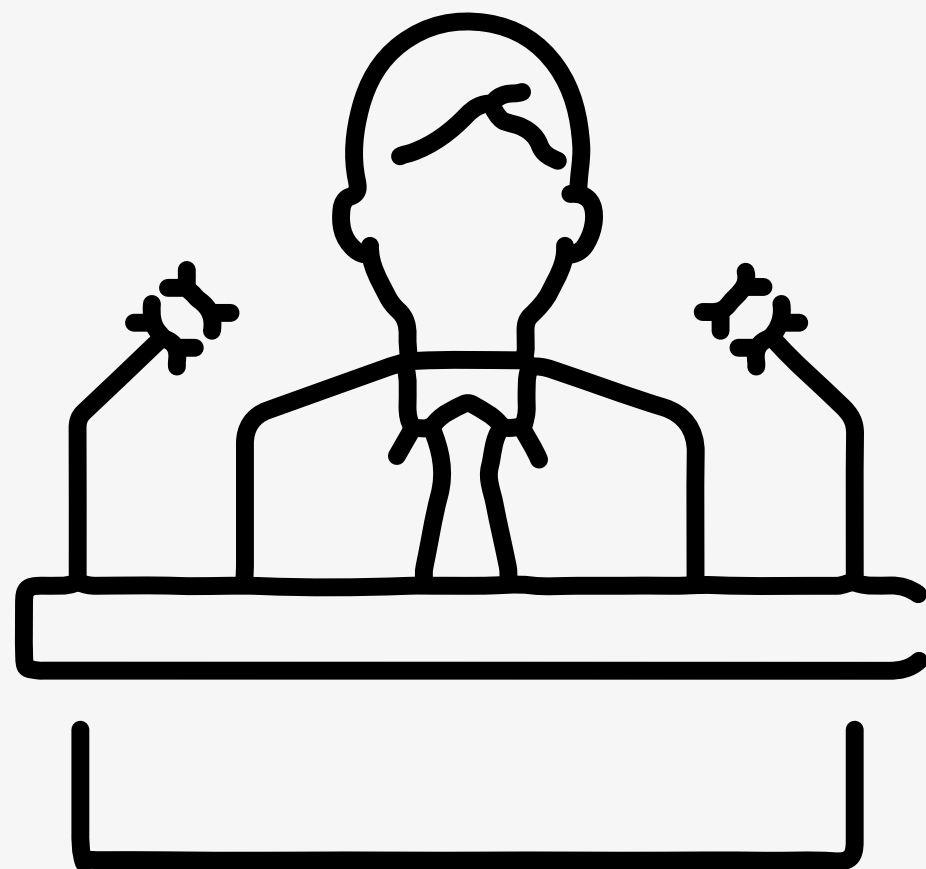
Propaganda Antecipada Negativa - o "nao vote!"

Pedido explícito

Prévias e Convenções partidárias

Propaganda Antecipada nas Convenções Partidárias

Paridade de Armas na Propaganda Antecipada



**Prévias e Convenções
partidárias**

Outdoors na Pré-campanha



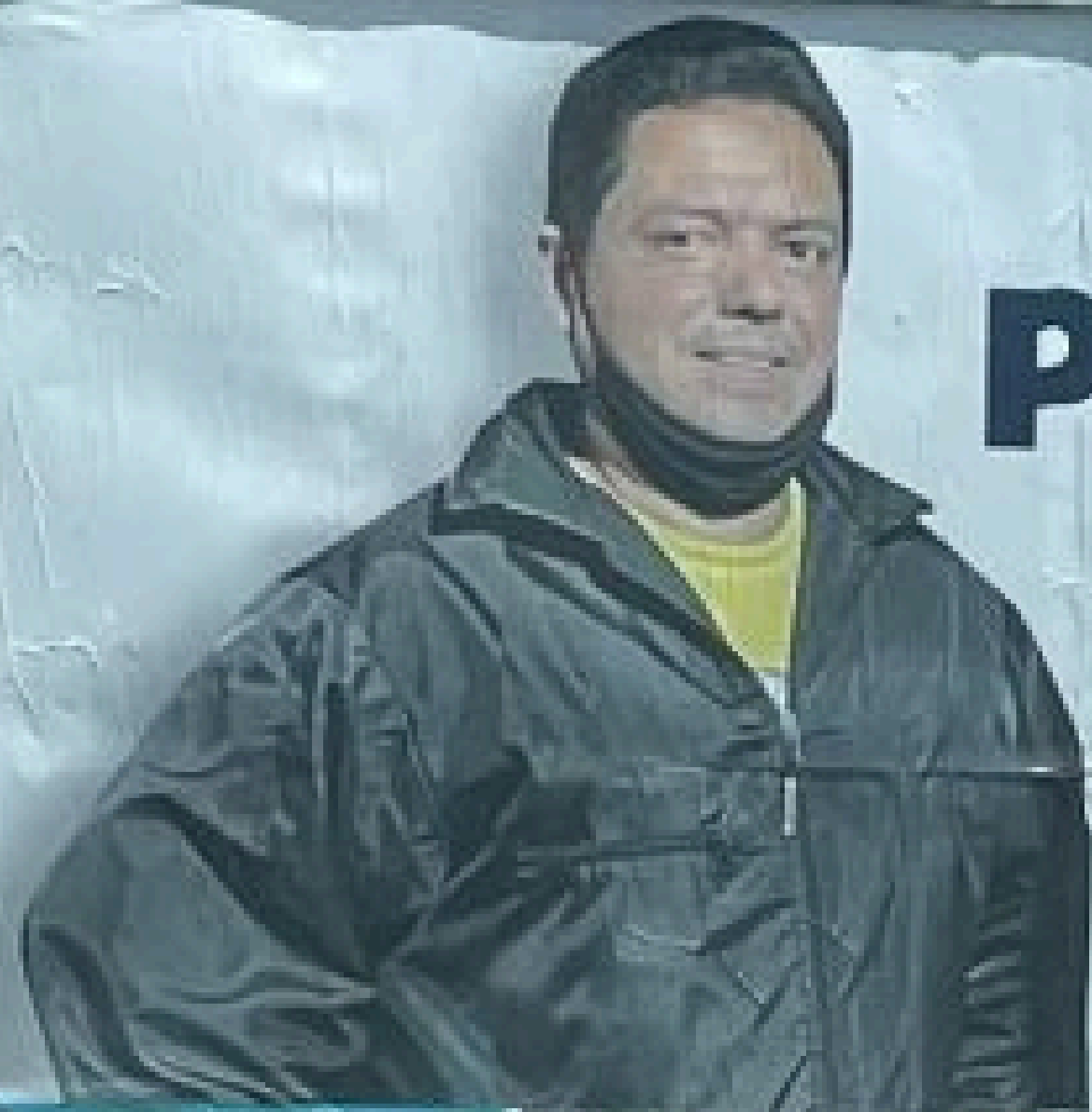
Indiferente Eleitoral

Indiferente Eleitoral 2

Propaganda Ilícita 1

Propaganda Ilícita 2

Propaganda Vedada Vs Indiferente Eleitoral



PARABÉNS, CAIO
DA FEDERAL
dos seus amigos

PRESTAÇÃO
DE CONTAS

APROXIMADAMENTE

R\$ **20**
MILHÕES

#Quer naCuidaDoGama



O DEPUTADO DISTRITAL

DO GAMA

QUE REALMENTE INVESTE
NA NOSSA CIDADE




DEPUTADO
**DANIEL
DONIZET**



@DepDonizet

STAMPA
Imagem 411 2493 0048

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

ANDERSON FERREIRA

Presidente do Partido Liberal em Pernambuco





AGENDE SUA
CONSULTA

(98) 99221-3000

VERAS



- MERCADO TIRIRICAL ✓
- CONSTRUÇÃO PRAÇA VILA JANAÍNA ✓
- ASFALTO ZONA RURAL ✓

DEPUTADO FEDERAL
JOSIVALDO JP

@josivaldojp.dep

deputadojosivaldojp

#JPparceiroDeSãoLuís
R\$ 6.2 MILHÕES

- CAMPO DE FUTEBOL ✓
- APAE ✓
- MANUTENÇÃO DA SAÚDE ✓
- ASSISTÊNCIA ALIMENTAR ✓

Desejamos
às famílias
um feliz natal
e um ano novo
de muita fé
e mudanças.



DEPUTADA FEDERAL

ROSE
MODESTO

   @rosemodestoms

Bandeirantes 3243-7000

GESTÃO DE EXCELÊNCIA
PERNAMBUCO

PRÊMIO GESTÃO DE EXCELÊNCIA PERNAMBUCO

MIRELLA ALMEIDA

HOMENAGEM DOS AMIGOS DE OLINDA



DEPUTADO QUE MAIS
CONQUISTOU
RECURSOS
PARA O ABC

em Governante @AlexManente27



MELHOR
DEPUTADO
de São Paulo
RANKING POLÍTICOS

ALEX
MANENTE
DEPUTADO FEDERAL

STACIONAMENTO

Outdoor - Novo Código

Delimitação perigosa

§ 1º Considera-se outdoor o artefato publicitário, indiferente de suas dimensões, instalado em locais de grande circulação, cuja contratação se dê por intermédio de empresa mediante contrato de locação de espaço publicitário.



Possíveis reflexos do Novo Código na Propaganda Eleitoral geral



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





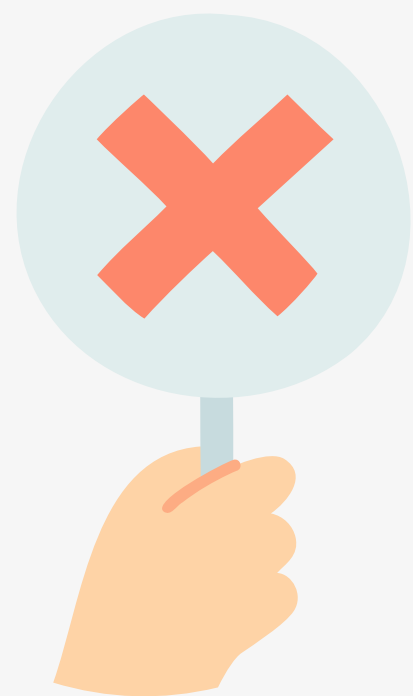
Vias Públicas - Novo Código

**Permissão de uso de bandeiras, mesas,
bonecos e cavaletes**

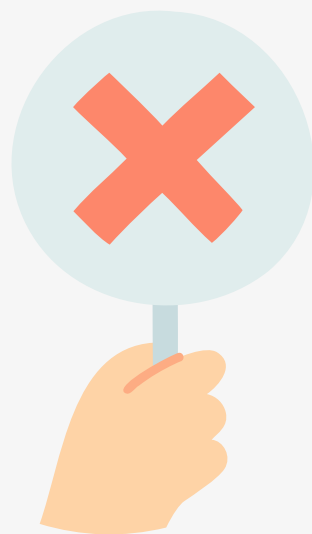
Bens Particulares - Novo Código

**Permissão de uso em janelas, portas e
portões residenciais**

Comitê de Campanha



Comitê de Campanha







ÇÃO

É

R

25

5

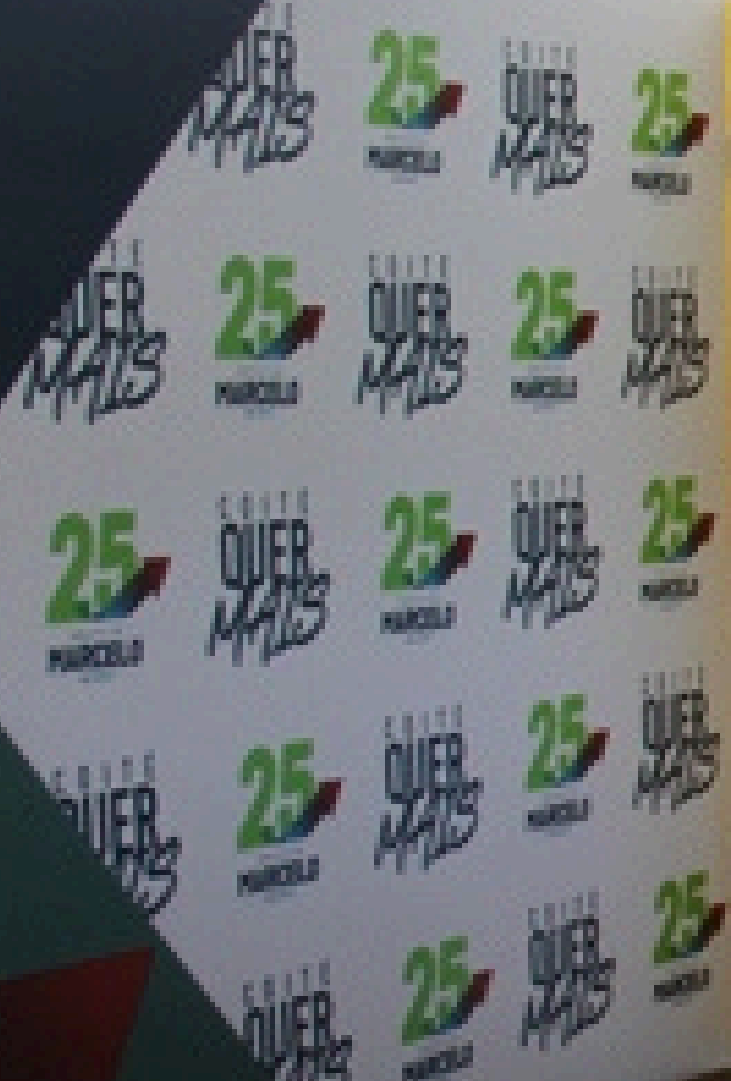
5

5

5

5

5



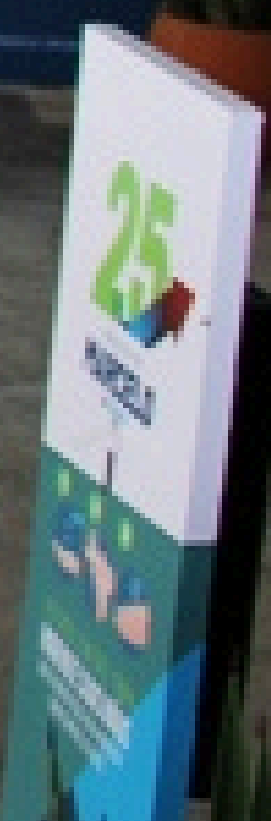
25

PREFEITO
MARCELO
VICE RENATO



SOI.MARCELOCOTE

COITÉ
QUER
MAIS



Comitê de Campanha - Novo Código

**Liberação de pinturas, banners elementos
fotográficos e cartazes**

Sem limitação de metragem/área

Manifestação do Eleitor em 2026



Por todo o período de campanha e pré-campanha. (Art. 18, §1º Res 23610)



Possibilidade das empresas oferecerem os serviços de confecção.

Venda de adornos pelo comércio.

Confecção para cabos eleitorais.



ARRACA DA DEMOCRACIA
SEN K.O
POR FAIOR



CIRO
202

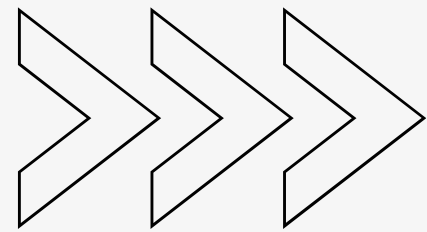


GRANDE

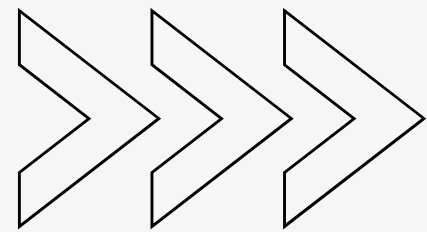
LEMBRANÇA DE
CAMPINA GRANDE



Adesivos - novo código



**Podem ser colados em portas e
portões**



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





Especificidades da propaganda em vias publicas

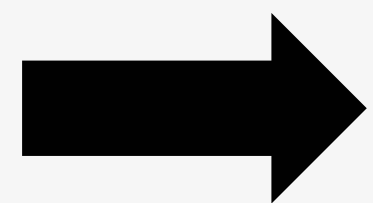
**Além do respeito à mobilidade genérica a
acessibilidade nos equipamentos públicos deve ser
mantida.**

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 tendiam a serem fortalecidos na minirreforma e nas regulamentações do TSE para 2024.



Regra não mantida no novo código

Propaganda em Repartições Públicas

Servidores portando adesivos

**Cidadãos (mesmo candidatos) com veículos adesivados ou
no interior da repartição com adesivos**



Caso prático 01

Caso prático 02

Caso prático 03



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

Sonorização em campanhas eleitorais

**O novo dilema dos direitos autorais
(pobre fim dos jingles)**

Art. 23-A Res. 23.610.



**Jingles autorais sem a devida
autorização = poder de polícia
para cessar a conduta.**



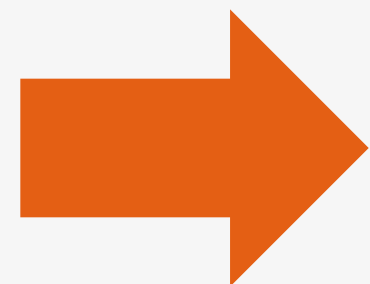
JE GUE GUE

Não Seja Burro Como Eu
Vote em
Gilberto Guedes
DIAMANTE NEGRO
Nº - 65123

Apresentação artística

Eventos de arrecadação de campanha.

Manifestação de sua preferência política.



Regra mantida no novo código

Bens Particulares

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

Com o Novo Código Eleitoral seriam acrescentados Portões e Portas de residencias.

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

Véspera e dia do pleito

**Derrame de
material -
prazo de
ajuizamento**



**Multa +
apuração
do crime**

Véspera e dia do pleito

Carreatas finais.

Lei Seca.

Compra de votos.

Dia do pleito

Propaganda Irregular é crime eleitoral.

Situações comuns de arregimentação de eleitor.

Atenção especial à internet. (lives e reels)