



CARTILHA DE **PROPAGANDA ELEITORAL**

DIÁLOGO
 **PAZ**

**ELEIÇÕES
2026**
#VOTONADEMOCRACIA





CARTILHA DE

PROPAGANDA ELEITORAL



Disclaimer (Aviso Legal)

Esta cartilha de propaganda eleitoral foi elaborada pela Corregedoria Regional Eleitoral de Santa Catarina com o intuito de fornecer informações básicas e de fácil entendimento sobre os principais tipos de propaganda eleitoral e os respectivos impedimentos. O material foi adaptado para linguagem simples, visando facilitar a compreensão pelo público em geral.

É importante ressaltar que esta cartilha não substitui o texto da lei e deve ser utilizada apenas como consulta ampla. Para interpretações legais precisas e orientação específica sobre questões judiciais, recomenda-se fortemente a consulta a um advogado especializado.

A Corregedoria não se responsabiliza por quaisquer ações tomadas com base nas informações contidas nesta cartilha. A leitura e a compreensão detalhada das leis eleitorais vigentes são essenciais para assegurar o cumprimento das normas legais aplicáveis.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE SANTA CATARINA

Rua Esteves Júnior, 68 - Centro

Florianópolis - SC - CEP 88015-130

Fone: (48) 3251-3700

Site: www.tre-sc.jus.br

EQUIPE DE EDIÇÃO

Projeto

Renata Beatriz de Fávere (Secretaria da Corregedoria Regional Eleitoral - SCRE)

Conteúdo

Aline Paola de Gouveia de Godoy (Coordenadoria de Orientação e Gestão Processual- SCRE)

Andrea Rodrigues Fortes (Seção de Orientação Judiciária - SCRE)

Ayrton Belarmino de Mendonça Moraes Teixeira (Seção de Orientação Judiciária - SCRE)

Carolina Testoni Knabben Caubet (Seção de Gestão Cartorária e de Sistemas Processuais - SCRE)

Rogério Borges Júnior (Seção de Gestão Cartorária e de Sistemas Processuais - SCRE)

Rosiane de Souza Catarina (Seção de Orientação Judiciária - SCRE)

Revisão

Daniel Schaeffer Sell (Assessoria Executiva da Corregedoria - SCRE)

Gabriela de Souza Guedes (Assessoria Executiva da Corregedoria - SCRE)

Editoração e Design Gráfico

Ana Patrícia Tancredo Gonçalves (Assessoria de Comunicação Social)

Kelly de Souza Pantoja (Assessoria de Comunicação Social)

versão 1.0 (15.7.2024)

atualização em junho/2026

SUMÁRIO

PARTE 1 - DISPOSIÇÕES GERAIS

Propaganda Política	12
Propaganda Partidária	12
Duração e periodicidade	13
Divisão do tempo	13
Propaganda Intrapartidária	15
Propaganda Institucional	16
Propaganda Eleitoral	17
Pré-campanha eleitoral	19
Respeito à Lei Geral de Proteção de Dados.....	21
Inteligência artificial.....	22

PARTE 2 - TIPOS DE PROPAGANDA

Propaganda Eleitoral de Rua	26
Período de Veiculação	26
Tipos de Propaganda Eleitoral de Rua	26
Adesivos	26
Folhetos, volantes e outros impressos	28
Bandeiras e mesas de distribuição de material.....	30
Alto-falante ou amplificadores de som	31
Carro de som e minitrio	32
Pintura e inscrições em comitês	32





Uso de camisas e camisetas	33
Comícios ou reuniões públicas	34
Caminhada ou carreata e passeata.....	36
Propaganda Eleitoral na Imprensa	39
Período de Veiculação	39
Tipos Permitidos de Propaganda Eleitoral na Imprensa	39
Propaganda nos jornais, revistas e tabloides	39
Propaganda Eleitoral na Internet	40
Período de Veiculação.....	40
Quem pode Realizar a Propaganda Eleitoral na Internet?	42
Candidata e candidato, partido, federação partidária ou coligação...42	
Cidadãos e cidadãos em geral.....	44
Liberdade de manifestação do pensamento na internet.....	45
Obrigação de verificar notícias antes de compartilhar	46
Dever de Informação	46
Tipos de Propaganda na Internet	47
Impulsionamento	47
Chatbots, avatares e conteúdo sintético para conversa	49
Mensagens eletrônicas (e-mail)	50
Live eleitoral	51
Páginas virtuais de jornais impressos	52





PARTE 3 – HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO

Horário Eleitoral Gratuito	55
Período de Veiculação	55
Veiculação obrigatória	55
Espécies de horário eleitoral gratuito	55
Regras Gerais do Horário Eleitoral Gratuito	56
Regras Especiais do Horário Eleitoral Gratuito	57
Distribuição do tempo de propaganda que respeite as cotas de gênero, raça e etnia nas candidaturas proporcionais	57
Candidaturas <i>sub judice</i>	59
Gravações	59
Propaganda entre Candidaturas Majoritárias e Proporcionais	60
Uso de referência a candidaturas majoritárias na propaganda proporcional	60
Depoimentos entre candidaturas (majoritárias e proporcionais)	60
Veiculação de entrevista	61
Divulgação de Pesquisas	61
Dissidência Partidária	62
Participação de Filiadas e Filiados no 2º Turno	62
Emissoras – Representante Legal e Endereços para Notificação	62
Indicação de representante	62
Forma de notificação	62





Reunião para Organização do Horário Eleitoral Gratuito	63
Objetivos da reunião	63
Participação e ajustes técnicos	64
Regras para o 2º Turno	64
Emissora geradora da propaganda	64
Organização da grade	65
Distribuição do Tempo	65
Como é feito o cálculo	65
Nova distribuição	66
Sistema usado para distribuição	66
Ordem de veiculação	66
Propaganda em Rede ou Bloco	67
1º Turno	68
2º Turno	69
Problemas na entrega das mídias	70
Tempo na propaganda em bloco	70
Inserções	72
1º Turno	72
2º Turno	72
Distribuição	73
Inserções idênticas	73





Agrupamento de inserções dentro do mesmo bloco de exibição	74
Problemas na entrega das mídias contendo as inserções	75
Inserções com tempo superior ao determinado.....	75
Plano de Mídia	77
Mapa de Mídia	77
Entrega e recebimento de mapas de mídia	77
Prazo de credenciamento	78
Como fazer o credenciamento	78
Quem não precisa de credenciamento.....	78
Substituição de pessoas autorizadas.....	78
Plataformas digitais.....	80
Emissoras geradoras	80
Encaminhamento Eletrônico dos Arquivos com as Propagandas	80
Como deve ser feita a entrega	80
O que deve ser garantido no envio	81
Em caso de problema no arquivo.....	81
Acesso às informações.....	81
Guarda dos arquivos.....	81
Protocolo de Entregas - Envio ao TRE-SC.....	83
Mapas de Mídia e Entrega das Propagandas	83
O que deve constar no mapa de mídia	83



Como deve ser feita a entrega	84
Quando a emissora pode recusar	84
Claquete.....	84
Meios para a gravação	85
Conferência de qualidade	85
Prazos	85
Horário de apresentação dos mapas de mídias.....	85
Entrega das mídias com as gravações	86
Substituição da propaganda	86
Conservação das gravações e dos mapas de mídia	86

PARTE 4 - **NOS DIAS QUE ANTECEDEM A ELEIÇÃO**

Propaganda Eleitoral nos dias que Antecedem a Eleição	88
Antevéspera da Eleição.....	88
Véspera da Eleição.....	89
No dia da Eleição	90
Propaganda eleitoral na internet no dia da eleição	92



Parte 1



Disposições Gerais

PROPAGANDA POLÍTICA

A propaganda política pode ser dividida em quatro tipos: propaganda partidária, intrapartidária, institucional e eleitoral.



Propaganda Partidária

A propaganda partidária permite que os partidos transmitam inserções gratuitamente no rádio e na televisão para falar de seu programa partidário, de seu posicionamento sobre os temas políticos e para incentivar a filiação e a participação de mulheres, de jovens e de pessoas negras e indígenas.

Para exercer o direito à propaganda partidária, o partido deve estar com seu estatuto registrado no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e ter alternativamente:

- obtido, no mínimo, 3% dos votos para Câmara dos Deputados, distribuídos em pelo menos 9 estados, com um mínimo de 2% dos votos válidos em cada um; ou
- elegido 15 deputadas ou deputados federais, distribuídos em, pelo menos, 9 estados.



O espaço reservado à propaganda partidária tem abrangência nacional e estadual e não pode ser utilizado para promover pré-candidaturas.

Duração e periodicidade

Os partidos têm direito de 5 a 20 minutos de propaganda por semestre. No ano em que não há eleições, a propaganda partidária é transmitida nos 2 semestres. Já em **anos eleitorais**, somente no **1º semestre**.

Divisão do tempo

A divisão do tempo será feita de acordo com o desempenho de cada partido nas últimas eleições gerais, conforme o número de deputadas ou deputados federais eleitos. Os partidos que elegeram mais parlamentares terão direito a mais tempo.





Proibido

- Participação de pessoas não filiadas ao partido responsável pelo programa.
- Divulgação de propaganda de candidaturas a cargos eletivos.
- Defesa de interesses pessoais ou de outros partidos.
- Qualquer forma de propaganda eleitoral.
- Uso de imagens incompletas ou incorretas, uso de efeitos ou ferramentas tecnológicas que possam distorcer ou adulterar fatos.
- Utilização de notícias comprovadamente falsas (desinformação).
- Prática de preconceito racial, de gênero ou de local de origem.
- Prática de atos que estimulem violência.



A propaganda partidária no rádio e na televisão só pode ser feita dentro dos horários gratuitos conforme a Lei 9.504/1997, sendo proibida a compra de espaço para os partidos divulgarem suas propagandas.

Legislação: Lei 9.096/1995, arts. 50-A, 50-B, 50-D, Lei 14.291/2022 e Lei 9.504/1997



Propaganda Intrapartidária



É a propaganda das pessoas que pretendem ser candidatas para promoverem internamente sua pretensão durante as reuniões partidárias prévias e nos 15 dias antes da convenção, momento em que haverá a escolha das candidatas e dos candidatos que concorrerão às eleições.

i As convenções partidárias podem ocorrer de **20 de julho a 5 de agosto** do ano da eleição.

Faixas e cartazes das pessoas pré-candidatas com mensagens a filiadas e filiados podem ser afixados em locais próximos ao da convenção partidária.

A propaganda intrapartidária busca o apoio somente das pessoas filiadas ao partido (não das eleitoras e dos eleitores em geral) e deve ser retirada imediatamente após a convenção.



A veiculação de propaganda intrapartidária na internet deverá observar, no que for aplicável, as disposições dos arts. 57-C a 57-J da Lei 9.504/1997, tais como:

- vedação de propaganda paga na internet, excetuando-se o impulsionamento de conteúdo;
- impulsionamento observando-se as regras de propaganda;
- vedação de veiculação, ainda que gratuita, de propaganda em sítios (sites) de pessoa jurídica ou de órgãos oficiais.



Proibido

- Uso de rádio, televisão e *outdoor*.
- Transmissão ao vivo por emissoras de rádio e TV das prévias partidárias, sem prejuízo da cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via internet.
- Propaganda dirigida às eleitoras e aos eleitores que não possuem filiação ao partido político.

Legislação: Lei 9.504/1997, arts. 7º, 8º e 36, § 1º c/c Resolução TSE 23.610/2019, art. 2º, §§ 1º, 2º e 3º.

Propaganda Institucional

É a propaganda que promove atos, programas, obras, serviços e campanhas de entidades e órgãos públicos. Ela deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, **não podendo** constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem **promoção pessoal** de autoridades ou de servidoras e servidores públicos.



[Retornar ao sumário](#)

No 1º semestre do ano da eleição, as(os) agentes públicas(os) NÃO podem separar para gastar com publicidade valor que seja maior que 6 vezes a média mensal dos valores separados e não cancelados nos 3 anos anteriores.

Já nos 3 meses que antecedem a eleição, as(os) agentes públicas(os) NÃO podem autorizar publicidade de atos, obras e campanhas, nem fazer pronunciamento em cadeia de rádio e de televisão, salvo quando a urgência da situação for reconhecida pela Justiça Eleitoral.

Além disso, nesses 3 meses, entidades e órgãos públicos precisam ajustar os conteúdos dos sites oficiais para remover qualquer propaganda institucional que possa identificar autoridades que estejam concorrendo nas eleições.

Legislação: CF/1988, art. 37, § 1º, Lei 9.504/1997, arts. 73, VI, VII e § 1º, Resolução TSE 23.735/2024, art. 15.

Propaganda Eleitoral

Trata-se da propaganda realizada a partir de 16 de agosto do ano da eleição, por partidos políticos, federações partidárias, coligações, candidatas e candidatos, apoiadoras e apoiadores, com o objetivo de conquistar o voto do eleitorado.



Requisitos de toda propaganda eleitoral

- Usar o português, língua nacional.
- Mostrar a sigla do partido (quando for federação partidária ou coligação, a sigla de todos os partidos que a compõem).
- Na propaganda para os cargos de presidente, governador e senador, também devem constar de maneira clara, legível e em tamanho não inferior a 30% do nome da candidata ou do candidato

para os cargos de vice-presidente, vice-governador e suplentes de senador.

- Para impressos, conter o CNPJ ou CPF da pessoa responsável pela confecção e pela contratação e a tiragem.
- Quando o conteúdo for gerado por inteligência artificial ou tecnologia equivalente, mostrar de modo explícito, destacado e acessível que o conteúdo foi fabricado ou manipulado e qual tecnologia foi utilizada.



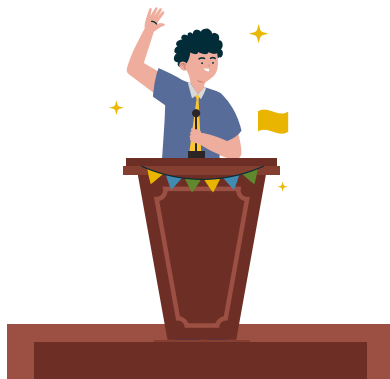
Proibições para toda propaganda eleitoral

- Usar meios publicitários para criar estados mentais, emocionais ou passionais.
- Difundir fatos notoriamente inverídicos, descontextualizados ou enganosos.
- Apresentar conteúdo de guerra ou de violência contra o regime democrático ou contra a ordem política.
- Criar um clima de conflito entre as forças armadas ou contra elas.
- Incentivar a agressão a pessoas ou a propriedades.
- Incentivar as pessoas a desrespeitarem as leis do País.
- Oferecer, prometer ou solicitar vantagem ou recompensa de qualquer tipo.
- Sujar ou poluir ruas, prejudicando a limpeza ou a estética urbana.
- Perturbar o sossego público.
- Utilizar impressos ou objetos que alguém possa confundir com moeda.
- Caluniar, difamar ou injuriar qualquer pessoa, bem como atingir órgãos ou entidades que exerçam autoridade pública.
- Utilizar equipamento, máquina ou objeto que se pareça com urna eletrônica.

- Veicular preconceitos de origem, etnia, raça, sexo, cor, idade, religiosidade, orientação sexual, identidade de gênero e quaisquer outras formas de discriminação, inclusive contra pessoa com deficiência.
- Depreciar a condição de mulher ou estimular sua discriminação em razão do sexo feminino, ou em relação à sua cor, raça ou etnia.

Pré-campanha eleitoral

A propaganda eleitoral propriamente dita poderá ser realizada a partir de **16 de agosto do ano da eleição** (Resolução TSE 23.610/2019, art. 2º). Porém, antes desse dia as pessoas candidatas já podem começar a trabalhar em alguns atos de campanha, desde que observadas as regras a seguir.



Permitido antes de **16 de agosto do ano da eleição**, desde que não tenha pedido explícito de voto ou termos e expressões similares

- Mencionar a candidatura e as qualidades pessoais.
- Pedir apoio político, divulgar as ações políticas desenvolvidas e as

que pretende desenvolver.

- Apoiar ou criticar partidos ou pré-candidaturas.
- Participar de programa de rádio, televisão e na internet para expor projetos políticos, desde que outras pessoas pré-candidatas participem.
- Realizar encontros pagos pelos partidos, em ambiente fechado, para organizar o processo eleitoral ou discutir políticas públicas, planos de governo ou alianças partidárias.
- Realizar prévias partidárias.
- Realizar debates entre as pessoas pré-candidatas.
- Divulgar atos de parlamentares e debates legislativos.
- Divulgar posicionamento pessoal sobre questões políticas, desde que não contrate ou remunere outras pessoas para isso.
- Realizar manifestação espontânea em ambientes universitários, escolares, comunitários ou de movimentos sociais, sem financiamento de pessoas candidatas ou órgãos partidários e desde que não comprometa a prestação de serviços.
- Realizar reuniões para divulgar ideias, objetivos e propostas partidárias.
- Arrecadar recursos por financiamento coletivo, desde 15 de maio do ano eleitoral, ficando a liberação dos recursos condicionada ao registro da candidatura.
- Impulsionar conteúdo político eleitoral na internet, desde que:
 - a. o partido político, a federação partidária ou a pessoa candidata pague diretamente para o provedor de aplicação e identifiquem a matéria como conteúdo impulsionado;
 - b. os gastos sejam moderados, proporcionais e transparentes;
 - c. sigam as regras de impulsionamento para a campanha eleitoral; e
 - d. seja mantido repositório público com dados sobre o impulsionamento.

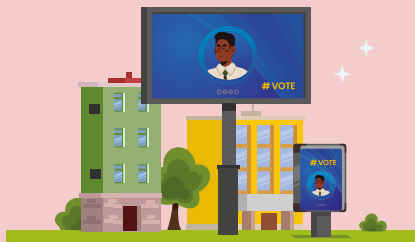


Esses atos poderão ser realizados em *live* nos perfis e canais de pessoas pré-candidatas, partidos políticos, federações partidárias e coligações, devendo ser mantido repositório público com dados sobre o impulsionamento. É vedada a transmissão por rádio e televisão ou em site, perfil ou canal de pessoa jurídica.



Proibido antes de 16 de agosto do ano da eleição (propaganda eleitoral antecipada ilícita)

- A Justiça Eleitoral proíbe não apenas o “vote em”, mas qualquer expressão que deixe claro o pedido de voto, como ‘contamos com você nas urnas’ ou ‘em outubro, escolha o progresso’. Se a frase puder ser entendida como um pedido de voto poderá ser considerada ilegal.
- Fazer propaganda eleitoral em lugar proibido.
- Usar meio ou forma proibida pela lei (exemplo: *outdoors*, por meio de empresa, comércios, etc.).



Respeito à Lei Geral de Proteção de Dados

Toda atividade de tratamento de informações e dados de pessoas eleitoras (coleta, utilização, transmissão, arquivamento, eliminação, etc.) para fins de propaganda eleitoral deve ser utilizada unicamente para isso e deve obedecer à Lei 13.709/2018 - Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) e às disposições da Resolução TSE 23.610/2019.

PENALIDADE

O responsável pela divulgação de propaganda eleitoral antecipada e a pessoa candidata favorecida que tiver prévio conhecimento estão sujeitos a multa no valor de R\$ 5.000,00 a R\$ 25.000,00 ou equivalente ao custo da propaganda, se for maior.

**Proibido**

- A utilização, doação ou cessão de cadastro eletrônico de clientes de pessoas jurídicas de direito público e de direito privado (órgãos públicos em geral, bancos, empresas, lojas, clínicas, etc.) em favor de candidatas, candidatos, partidos, federações partidárias ou coligações.
- A venda de cadastro de endereços eletrônicos e bancos de dados pessoais, inclusive de números de telefone para finalidade de disparos em massa.

O cadastro de dados pessoais de contato, detido de forma legítima por pessoa natural, poderá ser cedido gratuitamente a partido político, federação partidária, coligação, candidata ou candidato, condicionando-se à autorização expressa das pessoas da lista de contatos.

Inteligência artificial

Ao usar inteligência artificial (IA) ou tecnologia equivalente na propaganda eleitoral, a pessoa responsável pela propaganda tem o dever de informar que o conteúdo foi fabricado ou manipulado e qual foi a tecnologia utilizada.



A informação acima deve ser feita em formato compatível com o tipo de propaganda:

- nas imagens estáticas, por rótulo (marca d'água) e na audiodescrição;
- no início do vídeo, por rótulo (marca d'água) e na audiodescrição; ou
- no material impresso, em cada página ou face que possui conteúdo produzido por inteligência artificial ou tecnologia equivalente.



Exceções

Não é preciso informar:

- ajustes feitos para melhorar a qualidade de imagem ou de som;
- produção de elementos gráficos de identidade visual, vinhetas e logomarcas; ou

- utilização de recursos comuns de campanhas eleitorais, tais como a montagem ou união de fotografias isoladas para criar uma imagem em que candidatas, candidatos, apoiadoras ou apoiadores pareçam ter sido fotografados juntos, para uso em materiais impressos ou digitais de propaganda eleitoral.

Legislação: Lei 9.504/1997, arts. 22-A, § 3º, 23, § 4º, IV, Resolução TSE 23.610/2019.



Proibido

Deepfake: criar, substituir ou alterar imagem ou voz de pessoa viva, falecida ou fictícia, ainda que mediante autorização, para prejudicar ou favorecer candidatura.

Parte 2



Tipos de Propaganda

PROPAGANDA ELEITORAL DE RUA

(Resolução TSE 23.610/2019, arts. 1º ao 26)

Período de Veiculação

A propaganda eleitoral é permitida a partir do dia **16 de agosto** do ano da eleição.

As manifestações relacionadas a pré-candidaturas **efetuadas antes dessa data** precisam seguir regras específicas de pré-campanha. Caso contrário, serão consideradas propaganda eleitoral antecipada, e estarão sujeitas à aplicação de multa.



Tipos de Propaganda Eleitoral de Rua



Todo material impresso de campanha eleitoral deverá conter o **número do CNPJ** ou **do CPF da pessoa responsável** pela confecção e o de quem a contratou, e a respectiva tiragem.

Adesivos



São materiais de propaganda eleitoral impressos em papel ou plástico autocolante, cuja dimensão não pode exceder 0,5m² (meio metro quadrado).

**Permitido****Em veículos (máx. 0,5m²):**

- bicicletas;
- motocicletas;
- automóveis; e
- caminhões;

Em outros bens particulares: somente afixação em janelas residenciais (máx. 0,5m²).

**Exceção**

O adesivo microperfurado afixado no para-brisa traseiro do veículo pode ocupar toda a extensão do vidro.



A propaganda eleitoral em propriedades particulares (casa, apartamento, carro, etc.) deve ser espontânea e ocorrer por iniciativa da eleitora ou do eleitor. A pessoa candidata não pode pagar ou coagir outra pessoa para afixar sua propaganda.

**Proibido**

- Colar vários adesivos lado a lado de forma que, juntos, atinjam tamanho maior do que o máximo permitido de 0,5m².
- Nenhum outro tipo de propaganda em veículos, a não ser os adesivos de 0,5m² ou microperfurado no para-brisa traseiro.
- Qualquer tipo de pagamento em troca do espaço.

Folhetos, volantes e outros impressos



São materiais de propaganda eleitoral impressos em papel, utilizados para divulgar candidaturas e propostas ao eleitorado.

NOVIDADE:



Inclusão obrigatória
em Braille

Mais inclusão e acessibilidade na propaganda eleitoral!

✦ **A partir de 2026**, os folhetos de candidatas e candidatos aos cargos de presidente, governador e senador deverão ser oferecidos também no **sistema Braille**.

Quantidade: de acordo com o percentual de pessoas com deficiência visual existentes no cadastro eleitoral da circunscrição em que a propaganda será veiculada, conforme informado pelo TSE.



Permitido

A distribuição de material de campanha em locais públicos (vias públicas, praças, feiras e parques) está autorizada, desde que:

- **não comprometa** a livre circulação de pessoas;
- **não prejudique** o uso regular do espaço público.

Período permitido:

- **1º Turno:** de **16 de agosto** até as 22h de **3 de outubro** de 2026;
- **2º Turno:** das 17h de **5 de outubro** até as 22h de **24 de outubro** de 2026.



Proibido

- Afixar material gráfico em bens de uso comum do povo, ainda que particulares, nos bens públicos e naqueles cuja utilização dependa de autorização do Estado.
- Propaganda eleitoral ou assédio eleitoral em ambiente de trabalho público ou privado.
- Colocar propaganda eleitoral nas árvores e nos jardins, bem como em muros, cercas e tapumes divisórios.
- Propaganda eleitoral em táxis, carros de aplicativo, ônibus e nos demais veículos que se enquadrem no conceito de bem de uso comum do povo.
- Despejar ou jogar santinhos e panfletos no local de votação ou nas ruas e calçadas próximas, mesmo na véspera da eleição (pode ser considerado crime eleitoral com aplicação de pena de prisão e multa).

Bens de uso comum do povo: são aqueles a que a população em geral tem acesso, ainda que sejam propriedade privada.

Exemplos: postes de iluminação pública, sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus, cinemas, teatros, templos, igrejas, clubes, lojas, centros comerciais, ginásios, estádios.



Bens que dependem de autorização do Estado: são aqueles usados por particulares, mas que necessitam de autorização específica do governo.

Exemplos: hospitais, escolas, ônibus, transporte escolar, táxi.

Bandeiras e mesas de distribuição de material



São formas de propaganda eleitoral utilizadas para divulgar candidaturas ou propostas perante o eleitorado, por meio da exposição de bandeiras e da entrega de materiais de campanha em vias e locais públicos.



Permitido

Permitidas ao longo das ruas e calçadas, desde que:

- sejam móveis;
- não atrapalhem a circulação das pessoas nas calçadas, inclusive as que utilizem cadeiras de rodas ou pisos direcionais de alerta (utilizados por pessoas cegas ou com capacidade de visão reduzida); e
- não atrapalhem o trânsito de veículos.

Regras para bandeiras e mesas de distribuição:

- **horário permitido:** devem ser colocadas e retiradas diariamente entre as 6h e as 22h.
- **critério de mobilidade:** é permitida a utilização de bases ou suportes de sustentação para as bandeiras, desde que não configurem instalação permanente ou fixa no solo.



Proibido

- Pichação.
- Inscrição com tinta.
- Exposição de placas.

- Bandeiras fixas.
- Faixas.
- Cavaletes.
- Bonecos e assemelhados.

Alto-falante ou amplificadores de som



São equipamentos utilizados na propaganda eleitoral para transmitir mensagens, músicas, jingles, discursos e outras manifestações sonoras.



Permitido

- **1º Turno:** de **16 de agosto a 3 de outubro** de 2026, das 8h às 22h.
Exceção o comício de encerramento da campanha poderá ser prorrogado por 2h.
- **2º Turno:** de **5 de outubro** (a partir das 17h) a **24 de outubro** de 2026, das 8h às 22h.
Exceção o comício de encerramento da campanha poderá ser prorrogado por 2h.



Proibido

A menos de 200m de:

- sedes de governo (executivo ou legislativo) e de órgãos judiciais;
- quartéis e outros estabelecimentos militares;
- hospitais e casas de saúde; e
- escolas, bibliotecas públicas, igrejas e teatros, quando em funcionamento.

Carro de som e minitrio



- **Carro de som** - veículo, motorizado ou não, ou ainda tracionado por animais, que use equipamento de som com potência nominal de amplificação de, no máximo, 10.000 watts que transite divulgando jingles ou mensagens de candidatas e candidatos.
- **Minitrio** - veículo automotor que use equipamento de som com potência nominal de amplificação maior que 10.000 watts e até 20.000 watts.



Permitido

- Apenas em carreatas, caminhadas e passeatas ou durante reuniões e comícios:
 - 1º Turno: de **16 de agosto a 3 de outubro** de 2026, das 8h às 22h.
Exceção o comício de encerramento da campanha poderá ser prorrogado por mais 2h.
 - 2º Turno: de **5 de outubro** (a partir das 17h) a **24 de outubro** de 2026, das 8h às 22h.
Exceção o comício de encerramento da campanha poderá ser prorrogado por 2h.
- Limite de 80 dB (decibéis) de nível de pressão sonora, medido a 7m de distância do veículo.

Pintura e inscrições em comitês



Pinturas, inscrições e outros elementos visuais afixados em comitês de campanha constituem formas de propaganda eleitoral destinadas à identificação e divulgação de candidaturas, partidos, federações partidárias ou coligações no local de funcionamento da campanha.

**Permitido**

- **Nas fachadas da sede do partido:** com o nome que os designe.
- **Na fachada da sede do comitê central de campanha:** com tamanho máximo de 4m², com o nome e número de candidata, candidato, partido, federação partidária e coligação. Nos demais comitês de campanha, o limite é de 0,5m².

**Proibido**

A justaposição de várias propagandas, colocadas lado a lado para produzir efeito visual único (efeito de *outdoor*), mesmo que cada uma das propagandas respeite individualmente o limite de 0,5m².



A propaganda eleitoral **dentro dos comitês é livre** e não possui limite máximo de tamanho, não podendo ser visível do lado de fora do prédio ou da sede.

Uso de camisas e camisetas

Camisas, camisetas e outras peças de vestuário com referências eleitorais são meios de propaganda utilizados para veicular nomes, números, símbolos, slogans, imagens ou mensagens relacionadas a candidaturas, partidos ou federações partidárias.

**Permitido**

- **Eleitoras e eleitores:** podem usar livremente bandeiras, broches, emblemas (dísticos), adesivos, camisetas, etc., porém, esse

material deve ser comprado ou produzido com recursos próprios e **NÃO PODE SER DISTRIBUÍDO GRATUITAMENTE** por comitê, candidata, candidato, ou com a autorização destes.

- **Cabos eleitorais:** desde que contenham apenas a logomarca do partido, coligação ou federação partidária ou o nome da pessoa candidata.



Proibido

Entregar às pessoas que trabalham como cabo eleitoral camisetas ou camisas que contenham elementos de propaganda, tais como número ou foto da pessoa candidata.

Comícios ou reuniões públicas



Comícios e reuniões públicas constituem modalidades de propaganda eleitoral realizadas mediante encontros presenciais destinados à divulgação de candidaturas.



Permitido

- **1º Turno:** de **16 de agosto a 3 de outubro** de 2026, das 8h às 22h.
 - *Exceção: o comício de encerramento da campanha poderá ser prorrogado por 2h.*
- **2º Turno:** das 17h de **5 de outubro a 24 de outubro** de 2026, das 8h às 22h.
 - *Exceção: o comício de encerramento da campanha poderá ser prorrogado por 2h.*



A realização dos comícios deverá ser comunicada à autoridade policial com, no mínimo, 24h de antecedência, para que esta possa garantir o direito da pessoa comunicante à utilização daquele espaço, conforme a ordem de recebimento dos avisos.



Proibido

- Realização de comícios de **48h antes** da eleição até **24h depois**:
 - **1º Turno**: de **2 de outubro** até as 17h de **5 de outubro** de 2026.
 - **2º Turno**: de **23 de outubro** até as 17h de **26 de outubro** de 2026.
- Realização de showmício e de evento assemelhado, presencial ou transmitido pela internet, para promoção de candidatas ou candidatos.



Exceções

- As candidatas e candidatos que sejam profissionais da classe artística podem continuar exercendo suas atividades, exceto aparecendo 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.
- Apresentações artísticas ou shows musicais em eventos de arrecadação de recursos para campanhas eleitorais.

Caminhada ou carreata e passeata



São atos de propaganda eleitoral que consistem na mobilização e deslocamento de participantes em vias e locais públicos para a divulgação de candidaturas e propostas eleitorais.



Permitido

- **1º Turno:** de **16 de agosto** até as 22h de **3 de outubro** de 2026.
- **2º Turno:** das 17h de **5 de outubro** até as 22h de **24 de outubro** de 2026.



Deverão ser comunicados à Justiça Eleitoral com, no mínimo, 24h de antecedência, para fins de controle dos respectivos gastos eleitorais: carreatas, desfiles em veículos automotivos e outros atos de campanha que envolvam custeio de combustível por partido político, federação partidária, coligação, candidata ou candidato.



Tipos proibidos de propaganda eleitoral de rua

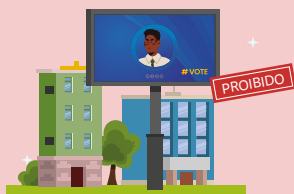
- Pinturas, pichações, inscrições, placas, bandeiras fixas, faixas, cavaletes, bonecos e assemelhados, inclusive em bens privados.



- Brindes que possam proporcionar vantagem a eleitora ou eleitor: camisetas, camisas, chaveiros, bonés, canetas, cestas básicas ou quaisquer outros bens ou materiais.



- *Outdoors*, inclusive eletrônicos, bem como engenhos e equipamentos publicitários, assim como a utilização de conjunto de peças de propaganda que, uma ao lado da outra, assemelham-se ou causam efeito visual de *outdoor*.



- Trio elétrico (veículo automotor que use equipamento de som com potência nominal de amplificação maior que 20.000 watts), exceto para sonorização de comício.



- Showmício e evento assemelhado, presencial ou transmitido pela internet, para promoção de candidatas e candidatos e a apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício e reunião eleitoral.



Exceções

- Candidatas e candidatos que sejam profissionais da classe artística podem continuar exercendo suas atividades, exceto aparecendo 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.
- Apresentações artísticas ou shows musicais em eventos de arrecadação de recursos para campanhas eleitorais.



Locais proibidos para propaganda de rua

- Nas propriedades e bens que pertençam ao Estado ou que dependam de permissão ou cessão estatal.
- Nas propriedades e bens de uso comum do povo, que são aqueles a que a população em geral tem acesso.
- Nas árvores e nos jardins, em muros, cercas e tapumes divisórios, mesmo que não lhes causem dano.



Até **30 dias após a eleição**, os responsáveis deverão remover a propaganda eleitoral, com restauração do bem em que foi afixada.



PROPAGANDA ELEITORAL NA IMPRENSA

(Resolução TSE 23.610/2019, arts. 2º, 10, 11, 12, 22, 42 e 112)



Período de Veiculação

A propaganda eleitoral na imprensa é permitida:

- **1º Turno:** de **16 de agosto até 2 de outubro** de 2026 (antevéspera do pleito).
- **2º Turno:** de **5 de outubro até 23 de outubro** de 2026 (antevéspera do pleito).

Tipos Permitidos de Propaganda Eleitoral na Imprensa

Propaganda nos jornais, revistas e tabloides



Permitido

Até 10 anúncios de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada candidata e candidato, no espaço máximo, por edição:

- de 1/8 de página de jornal padrão; e
- de 1/4 de página de revista ou tabloide.

A versão virtual do jornal na internet deve estar no site do próprio jornal e respeitar integralmente o formato gráfico e o conteúdo da versão impressa.



O valor pago pela propaganda eleitoral anunciada no jornal também deve constar no anúncio, de forma visível.

[Retornar ao sumário](#)

PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET

(Resolução TSE 23.610/2019, arts. 2º, 12, 22, 27 a 41)



Período de Veiculação

É permitida a propaganda eleitoral na internet:

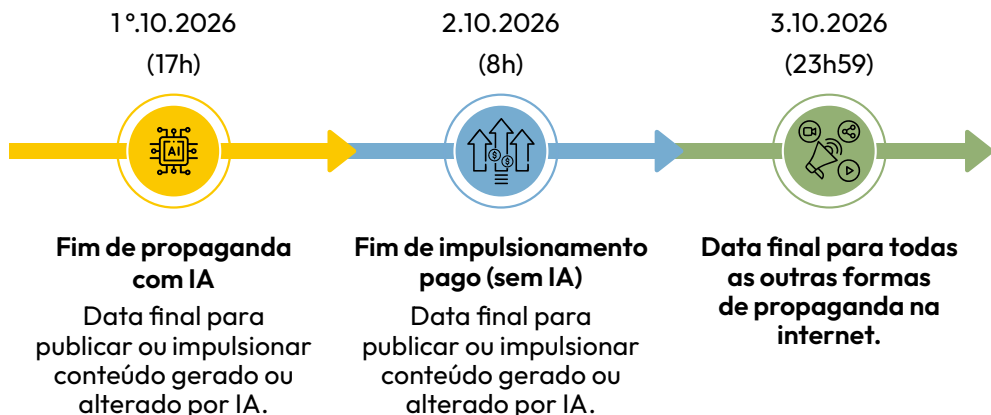
- **1º Turno** - a partir de **16 de agosto** de 2026.
- **2º Turno** - a partir das **17h de 5 de outubro** de 2026.

A data inicial é a mesma para todas as modalidades de propaganda eleitoral na internet. Já a data final de veiculação varia conforme o tipo de conteúdo divulgado.

Tipo de Propaganda Eleitoral na Internet	Prazo Limite	
	1º Turno	2º Turno
Propaganda com uso de inteligência artificial ou tecnologia equivalente: publicar ou impulsionar conteúdos com voz ou imagem de pessoas públicas, candidatas ou candidatos criados ou alterados por inteligência artificial ou tecnologia equivalente.	até as 17h de 1º de outubro de 2026	até as 17h de 22 de outubro de 2026
Impulsionamento pago que não seja produzido ou alterado por inteligência artificial ou tecnologia equivalente.	até as 8h de 2 de outubro de 2026	até as 8h de 23 de outubro de 2026
Divulgação de demais formas de propaganda na internet.	até as 23h59 de 3 de outubro de 2026	até as 23h59 de 24 de outubro de 2026
	O conteúdo que já tenha sido divulgado na internet antes do dia da eleição não precisa ser apagado.	

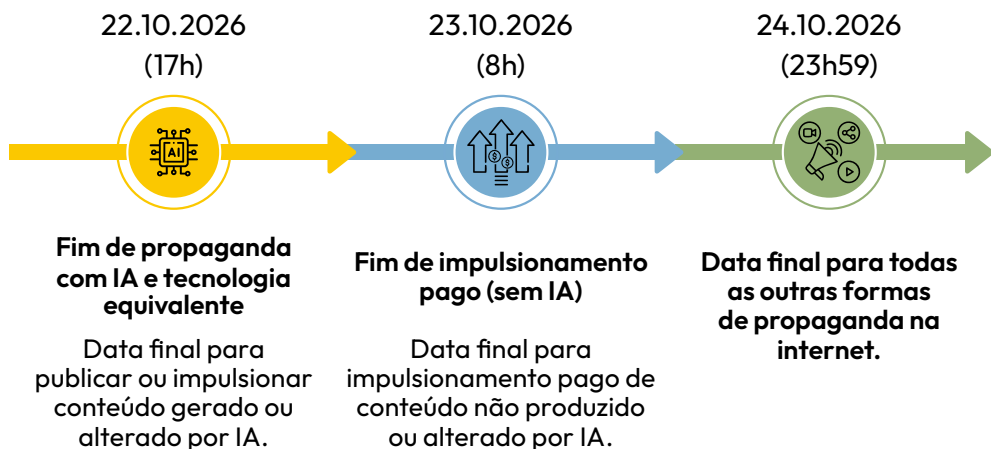
Linha do Tempo da Publicação da Propaganda Eleitoral na Internet

1º Turno



Linha do Tempo da Publicação da Propaganda Eleitoral na Internet

2º Turno



Quem pode Realizar a Propaganda Eleitoral na Internet?

Candidata e candidato, partido, federação partidária ou coligação

- Em sítio (site) da candidata, candidato, partido político, federação partidária e coligação com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de internet estabelecido no País.



Sítio hospedado **diretamente** em provedor estabelecido no País: o endereço URL é registrado no organismo regulador brasileiro e o conteúdo é mantido em equipamento instalado em solo brasileiro.

Sítio hospedado **indiretamente** em provedor estabelecido no País: o endereço é registrado em organismos internacionais e o conteúdo é mantido em equipamento instalado em solo brasileiro.

- Por e-mail, com endereços eletrônicos cadastrados de forma gratuita e com a autorização da pessoa a quem pertença os dados do cadastro (titular ou destinatário).
- Por **blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas**, com conteúdo gerado ou editado, desde que não contratem disparos em massa.



Esse conteúdo **não poderá ser enviado sem consentimento** da pessoa destinatária ou a partir da contratação de expedientes, tecnologias ou serviços não fornecidos pelo provedor de aplicação e em desacordo com seus termos de uso.



Blog: endereço eletrônico na internet, composto por uma única página, sobre um ou vários temas, organizada em forma de textos com ou sem fotos (postagens).

Rede social: relações e compartilhamentos entre indivíduos, grupos ou organizações em uma plataforma na internet (Facebook, Instagram, X, TikTok, LinkedIn, etc.).

Aplicativo de mensagens instantâneas ou chamada de voz: é uma aplicação ou programa que permite o envio e o recebimento de mensagens de texto, foto ou vídeo em tempo real, além de chamadas de voz ou de vídeo (WhatsApp, Telegram, Skype, Messenger, Google Chat, etc.).

Todos os endereços eletrônicos, incluídos os canais publicamente acessíveis em aplicativos de mensagens, fóruns online e plataformas digitais, deverão ser comunicados à Justiça Eleitoral **impreterivelmente**:

- no RRC¹ ou no DRAP², se pré-existent, podendo ser mantidos durante todo o período eleitoral os mesmos endereços eletrônicos em uso antes do início da propaganda eleitoral; ou
- no prazo de 24 horas a contar de sua criação, se ocorrer no curso da campanha.

**ATENÇÃO:**

Endereços eletrônicos preexistentes não informados no RRC ou DRAP só poderão ser utilizados em campanha **48 horas após a comunicação oficial à Justiça Eleitoral.**



Toda propaganda eleitoral em provedores de aplicação deve ser identificada. Deve-se também observar o escopo e os limites técnicos de cada aplicação.

Cidadãs e cidadãos em geral

**Permitido**

Por meio de blogs, redes sociais, aplicativos de mensagens e outras plataformas da internet, desde que o conteúdo seja criado, publicado ou editado por pessoas físicas.

**Proibido**

- Contratação de impulsionamento de propaganda eleitoral.
- Contratação de disparo em massa de mensagens instantâneas

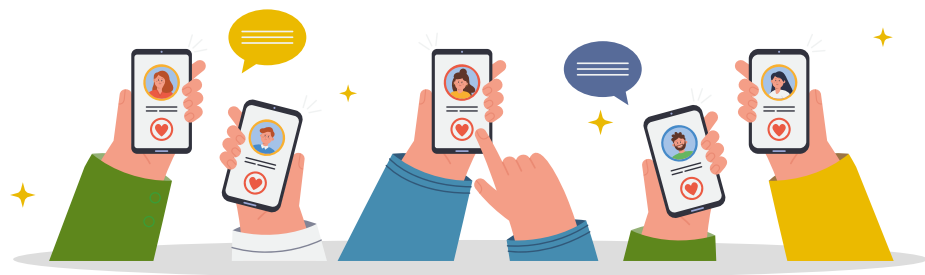
sem consentimento da pessoa destinatária.

- Pagamento, remuneração ou concessão de qualquer vantagem econômica — por candidata, candidato ou terceiro — como retribuição a titular de canal ou perfil por conteúdos político-eleitorais, incluindo-se na vedação a obtenção de ganhos por monetização.

Liberdade de manifestação do pensamento na internet

Durante a campanha eleitoral é livre a manifestação do pensamento, mas é proibido o anonimato.

Não será considerada propaganda eleitoral a manifestação espontânea de pessoas físicas na internet sobre temas político-eleitorais, mesmo por meio de elogios ou críticas a candidata, candidato, partido político, federação partidária ou coligação. No entanto, essa liberdade de expressão está sujeita a restrições, caso envolva ataques à honra ou à imagem das pessoas mencionadas ou a disseminação de fatos sabidamente inverídicos.



Artistas podem manifestar sua opinião política pessoal em shows, apresentações, redes sociais, blogs, sítios eletrônicos pessoais e aplicativos, desde que essa manifestação seja espontânea e gratuita.

Obrigação de verificar n cias antes de compartilhar

Antes de divulgar uma informação, a pessoa tem a obrigação de verificar a presença de elementos que permitam concluir, com razoável segurança, que ela é verdadeira. Isso vale para pessoas físicas, candidatas, candidatos, partidos políticos, federações partidárias e coligações.



As checagens realizadas pelas agências que tenham firmado termo de cooperação com o TSE são disponibilizadas no sítio eletrônico da Justiça Eleitoral.

Dever de Informação

A pessoa responsável pela propaganda tem o dever de informar, de modo explícito, destacado e acessível, que o conteúdo   sintético (foi fabricado ou manipulado) e a tecnologia utilizada (IA ou tecnologia equivalente):

- nas imagens est ticas, por rótulo (marca dágua) e na audiodescrição;
- no início do vídeo, por rótulo (marca dágua) e na audiodescrição; ou
- no material impresso, em cada página ou face que possui conteúdo produzido por IA ou tecnologia equivalente.



Exceções para as quais não há o dever de informar o uso de tecnologia:

- ajustes destinados a melhorar a qualidade de imagem ou de som;
- elementos gráficos de identidade visual, vinhetas e logomarcas; ou
- quando forem utilizados recursos comuns de campanhas eleitorais, como a união de fotografias separadas para criar uma imagem em que candidatas, candidatos e apoiadoras ou apoiadores pareçam ter sido fotografados juntos, para uso em materiais impressos ou digitais de propaganda eleitoral.



Proibido

Deepfake: criar, substituir ou alterar imagem ou voz de pessoa viva, falecida ou fictícia, ainda que mediante autorização, para prejudicar ou favorecer candidatura.

Tipos de Propaganda na Internet

Impulsionamento



O impulsionamento de conteúdos é uma prática de marketing digital que envolve o pagamento a plataformas de redes sociais ou outros serviços online para aumentar o alcance e a visibilidade de postagens ou informações específicas. Essa técnica é normalmente usada para atingir um público maior e mais direcionado, que não seria alcançado apenas pelas postagens sem pagamento.



A priorização paga de conteúdos resultantes de aplicações de busca na internet é considerada forma de impulsionamento.

O impulsionamento de propaganda eleitoral deve ser:

- identificado de forma inequívoca como tal, devendo constar, obrigatoriamente:
 - CNPJ/CPF da pessoa contratante; e
 - a expressão “Propaganda Eleitoral”;
- contratado exclusivamente por partidos políticos, federações partidárias, coligações, candidatas, candidatos e representantes;
- contratado diretamente com provedor da aplicação de internet com sede e foro no País, ou de sua filial, sucursal, escritório, estabelecimento ou representante legalmente estabelecida(o) no Brasil; e
- contratado para promover ou beneficiar candidatura, partido político ou federação partidária que o contrate.



Proibido

- Propaganda negativa.
- Priorização paga de conteúdo em aplicações de busca na internet que:
 - a. promova propaganda negativa;
 - b. utilize como palavra-chave nome, sigla, alcunha ou apelido de partido, federação partidária, coligação, candidata ou candidato adversário, mesmo com a finalidade de promover propaganda positiva da pessoa responsável pelo impulsionamento; ou

- c. difunda dados falsos, notícias fraudulentas ou fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados, ainda que benéficos à pessoa responsável pelo impulsionamento.
- Utilização de impulsionamento de conteúdos e ferramentas digitais não disponibilizadas pelo provedor da aplicação de internet, ainda que gratuitas, para alterar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral, tanto próprios quanto de terceiros.
- **Desde 48h antes até 24h depois da eleição** (das 8h de sexta-feira até 17h de segunda-feira), mesmo que a contratação tenha sido realizada antes desse prazo.
- **Desde 72h antes até 24h depois do término da eleição**, se contiver conteúdo sintético produzido ou alterado por inteligência artificial ou tecnologia equivalente que utilize imagem, voz ou manifestação de candidata ou candidato ou de pessoa pública (das 17h de quinta-feira até 17h de segunda-feira).

Chatbots, avatares e conteúdo sintético para conversa



Chatbots: são programas de computador capazes de simular conversas com usuárias e usuários, respondendo automaticamente a perguntas e fornecendo informações por meio de aplicativos de mensagens, redes sociais, sites ou outras plataformas digitais.

Avatares: são representações virtuais de pessoas, criadas por computação gráfica ou inteligência artificial, que podem se comunicar por texto, voz ou imagem, atuando como interlocutores digitais da campanha.

Conteúdos sintéticos: são materiais produzidos ou alterados artificialmente por tecnologias digitais, especialmente inteligência artificial, incluindo textos, imagens, áudios, vídeos ou combinações desses elementos que reproduzem ou simulam características humanas.

**Permitido**

Utilização de chatbots, avatares virtuais e conteúdos sintéticos para intermediar a comunicação com eleitoras e eleitores, **desde que sejam claramente identificados como ferramentas da campanha e não simulem ser a candidata, o candidato ou qualquer outra pessoa real.**

**Proibido**

A criação de conteúdo sintético, chatbots e avatares que enganem a eleitora ou o eleitor, fazendo-o acreditar que está conversando diretamente com a candidata, candidato ou terceiros, como por exemplo:

- criar um chatbot que se apresente como sendo a própria candidata ou o próprio candidato;
- utilizar um avatar gerado por inteligência artificial que reproduza a imagem, a voz ou os traços de candidata, candidato ou terceiros de forma a simular uma conversa real; e
- enviar mensagens automáticas assinadas ou apresentadas como se fossem respostas pessoais da candidata ou do candidato.

Mensagens eletrônicas (e-mail)**Permitido**

Desde que:

- ofereçam identificação completa da pessoa remetente;
- ofereçam forma de descadastramento, para quem não quiser mais receber as mensagens, disponibilizando, também, meios para eliminação dos seus dados pessoais armazenados; e

- expliquem de forma simples à pessoa destinatária o motivo da comunicação, bem como as informações sobre o tratamento de seus dados pessoais.



Mensagens privadas: as mensagens eletrônicas e as mensagens instantâneas enviadas consensualmente por pessoa física, de forma privada ou em grupos restritos de participantes, não se submetem às normas sobre propaganda eleitoral.

Live eleitoral



A realização de *live* eleitoral, entendida como transmissão em meio digital, por candidata ou candidato, para promover candidaturas, mesmo sem pedido explícito de voto, constitui ato de campanha eleitoral de natureza pública.



Proibido

Transmissão ou retransmissão de *live* eleitoral:

- em site, perfil ou canal de internet pertencente à pessoa jurídica (empresas, lojas, clubes, fábricas, etc.), com exceção do partido político, da federação partidária ou da coligação a que a candidatura seja vinculada; e
- por emissora de rádio e de televisão.

Páginas virtuais de jornais impressos



Permitido

A reprodução virtual das páginas do jornal impresso na internet, desde que no sítio do próprio jornal, respeitados o formato gráfico e o conteúdo editorial da versão impressa.



Propagandas eleitorais **proibidas** na internet

- Qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet. EXCEÇÃO: o impulsionamento de conteúdos é permitido, desde que claramente identificado como tal, só podendo ser contratado diretamente por partidos políticos, federações partidárias, coligações, candidatas, candidatos e seus representantes.
- Contratação de pessoas físicas ou jurídicas, sob qualquer modalidade — inclusive por meio de mecanismos de competição, ranqueamento ou premiação que ofereçam vantagem econômica direta ou indireta —, para realizar publicações de cunho político-eleitoral em seus perfis, páginas, canais, sítios eletrônicos ou assemelhados na internet.
- Propaganda em sítios ou perfis em redes sociais, oficiais ou hospedados por órgãos ou por entidades da administração pública direta ou indireta da União, Estados, Distrito Federal e Municípios.
- Propaganda em sítios ou perfis em redes sociais de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos, ainda que gratuitamente.
- Conteúdo sintético que tenha sido gerado ou manipulado digitalmente, ainda que mediante autorização, para criar, substituir ou alterar imagem ou voz de pessoa viva, falecida ou fictícia, para prejudicar ou favorecer candidatura (*deepfake*).
- Telemarketing, em qualquer horário.

- Anonimato, sendo livre a manifestação do pensamento identificado.
- Disparo em massa de mensagens instantâneas sem consentimento da pessoa destinatária ou a partir da contratação de expedientes, tecnologias ou serviços não fornecidos pelo provedor de aplicação e em desacordo com seus termos de uso.



Disparo em massa: estratégia coordenada de envio, compartilhamento ou encaminhamento de um mesmo conteúdo, ou de suas variações, para grande número de destinatárias e destinatários, por qualquer meio de comunicação interpessoal.



Parte 3



Horário Eleitoral Gratuito





HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO

(Resolução TSE 23.610/2019, arts. 2º, 10, 11, 12, 22, 48 a 81-B)



Período de Veiculação

A propaganda eleitoral no rádio e na televisão só poderá ser feita dentro do horário gratuito e nos seguintes períodos:

- **1º Turno:** de **28 de agosto a 1º de outubro** de 2026.
- **2º Turno:** de **9 de outubro a 23 de outubro** de 2026.

Veiculação obrigatória

A propaganda no horário eleitoral gratuito é garantida por lei e será transmitida por:

- emissoras de rádio, inclusive as rádios comunitárias;
- emissoras de TV que operam em VHF e UHF; e
- canais de TV por assinatura sob a responsabilidade do Senado Federal, da Câmara dos Deputados, das Assembleias Legislativas, da Câmara Legislativa do Distrito Federal ou das Câmaras Municipais.

Espécies de horário eleitoral gratuito

A propaganda eleitoral na rádio e na televisão pode ser realizada em:

- **propaganda em rede ou bloco:** divulgada em todas as emissoras simultaneamente, em horários pré-estabelecidos. Apenas para as eleições majoritárias;

- **propaganda em inserções:** propagandas de 30 e 60 segundos, distribuídas em blocos de audiências, ao longo da programação da rádio e televisão, veiculada entre as 5h e as 24h.

Regras Gerais do Horário Eleitoral Gratuito

É obrigatório em toda propaganda veiculada em horário eleitoral gratuito:

1. identificar a propaganda pela legenda “Propaganda Eleitoral Gratuita”, sendo responsabilidade dos partidos políticos, das federações partidárias e das coligações.
2. usar subtítuloção, por meio de:
 - legenda aberta;
 - janela com intérprete de Libras; e
 - audiodescrição.



Janela de Libras com mínimo de 1/2 da altura e 1/4 da largura da tela.



Proibido

- Veiculação por emissora não autorizada a funcionar pelo poder competente.
- Propaganda paga no rádio e na TV.

- Utilização comercial ou propaganda realizada com a intenção, ainda que disfarçada ou subliminar, de promover marca ou produto, no horário reservado.
- Cortes instantâneos ou qualquer tipo de censura prévia.
- Propaganda que possa degradar ou ridicularizar candidatas e candidatos.
- Transmitir, ainda que sob a forma de entrevista jornalística, imagens de realização de pesquisa ou qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral em que seja possível identificar a pessoa entrevistada ou em que haja manipulação de dados.
- Utilização de trucagem, montagem, computação gráfica, desenhos animados e efeitos especiais.

Regras Especiais do Horário Eleitoral Gratuito

Distribuição do tempo de propaganda que respeite as cotas de gênero, raça e etnia nas candidaturas proporcionais

O tempo de propaganda é dividido conforme o perfil das candidaturas aos cargos proporcionais do partido ou da federação partidária.

A divisão deve considerar, em cada circunscrição:

1. o percentual de candidaturas de mulheres, respeitado o mínimo legal de 30%;
2. destinação proporcional ao percentual de candidaturas de **mulheres negras, não negras e indígenas**, calculado com base no total de pedidos de registro apresentados pelo partido ou pela federação na circunscrição;



3. destinação proporcional ao percentual de candidaturas de **homens negros, não negros e indígenas**, calculado com base no total de pedidos de registro apresentados pelo partido ou pela federação partidária na circunscrição; e
4. a destinação proporcional às candidaturas indígenas, na exata proporção em que forem registradas por partidos e federações, respeitados os percentuais de gênero e de pessoas negras previstos no itens anteriores.

Definição de percentuais com base na autodeclaração

Os percentuais de candidaturas de pessoas negras e indígenas serão definidos para cada eleição com base na autodeclaração feita no formulário de registro de candidatura.



Observância dos parâmetros no rádio e na televisão

Os parâmetros devem ser seguidos tanto de forma global quanto separadamente no rádio e na televisão, e em cada meio, tanto nos blocos de tempo quanto nas inserções.

A conformidade com esses parâmetros será verificada ao longo de toda a campanha e em cada ciclo semanal de propaganda.

Compensação de tempo por descumprimento

Se, em qualquer semana, não forem atingidos os percentuais destinados às candidaturas de mulheres, pessoas negras e indígenas, o tempo faltante deverá ser compensado nas semanas subsequentes para assegurar a proporcionalidade até o fim da campanha.

Requerimento judicial de compensação de tempo

Candidatas e candidatos que se sentirem prejudicados pelo não cumprimento das normas de distribuição de tempo podem solicitar judicialmente a compensação do tempo de propaganda ao qual têm direito, conforme previsto na Lei 9.504/1997.

Candidaturas *sub judice*

A candidata ou o candidato pode participar do horário eleitoral gratuito, mesmo que seu pedido de registro de candidatura ainda esteja sendo discutido na Justiça Eleitoral (situação conhecida como *sub judice*). Isso ocorre quando já houve uma decisão sobre o registro, mas ainda existe recurso pendente de julgamento.

Também poderão participar aquelas e aqueles que ainda não tiveram o primeiro julgamento de seu processo.

Gravações

Nos programas e inserções de rádio e de televisão só poderão aparecer, em gravações internas e externas:

- candidatas e candidatos;
- caracteres com propostas;
- fotos;
- jingles;
- clipes com música ou vinhetas; ou
- pessoas apoiadoras, inclusive de passagem, com indicação do número da candidata, do candidato ou do partido político, que poderão dispor de até 25% do tempo de cada programa ou inserção.





Considera-se apoiadora a pessoa conhecida do público (exemplo: político que tenha grande apoio popular), cuja manifestação ou aparição na propaganda traga benefícios eleitorais à candidata, ao candidato, ao partido, à federação partidária ou à coligação, com o objetivo de atrair votos e apoio. Pessoas que sejam apresentadoras ou interlocutoras, que somente emprestam sua voz para transmissão da mensagem eleitoral, não são consideradas apoiadoras.

Propaganda entre Candidaturas Majoritárias e Proporcionais

Uso de referência a candidaturas majoritárias na propaganda proporcional

Durante a propaganda de candidatas e candidatos às eleições proporcionais (deputado estadual e deputado federal), é permitido:

- incluir **legendas** com referência a candidaturas majoritárias (presidente, governador e senador);
- exibir, ao fundo, **cartazes ou fotografias** dessas candidaturas; e
- mencionar o **nome e o número** de qualquer candidata ou candidato do mesmo partido, federação partidária ou coligação.

Depoimentos entre candidaturas (majoritárias e proporcionais)

É permitido que candidatas e candidatos participem da propaganda de outros cargos, desde que sejam do mesmo partido, federação partidária ou coligação.

Pode ser inserido depoimento de:

- candidatas e candidatos a deputado estadual ou federal (eleição proporcional) na propaganda das candidatas e candidatos a governador, senador ou presidente (eleição majoritária); e

- candidatas e candidatos a governador, senador ou presidente (eleição majoritária) na propaganda das candidatas e candidatos a deputado estadual ou federal (eleição proporcional).

Condições obrigatórias:

- o depoimento deve ser **exclusivamente um pedido de voto** para quem cedeu o tempo; e
- o tempo do depoimento não pode ultrapassar **25% do programa ou da inserção**.



Veiculação de entrevista

É permitido veicular entrevistas com a pessoa candidata, inclusive de cenas externas, nas quais ela, pessoalmente, exponha:

- realizações de governo ou da administração pública;
- falhas administrativas e deficiências verificadas em obras e serviços públicos em geral; e
- atos parlamentares e debates legislativos.

Divulgação de Pesquisas

Na propaganda eleitoral gratuita, a divulgação de pesquisas deve informar, de forma clara:

- o **período de realização** da pesquisa; e
- a **margem de erro**.



Não é obrigatório mencionar todas as candidatas e candidatos.

É proibido divulgar resultados que possam induzir a eleitora ou o eleitor a erro, especialmente quanto ao desempenho de uma candidatura em relação às demais.

Dissidência Partidária

Se houver divisão interna no partido, com 2 ou mais grupos disputando o direito de participação caberá ao **Juízo Eleitoral** ou ao **TRE-SC** decidir qual grupo poderá utilizar o horário eleitoral gratuito.

Participação de Filiadas e Filiados no 2º Turno

No 2º Turno não será permitida, na propaganda de rádio e televisão, a participação de quem se filiou a partidos políticos que tenham formalizado apoio a outras candidaturas.

Emissoras - Representante Legal e Endereços para Notificação

Indicação de representante

Até **20 de julho** do ano da eleição, as emissoras de rádio e televisão devem informar à Justiça Eleitoral:

- a(o) representante legal;
- os seguintes meios de contato:
 - endereço para correspondência;
 - e-mail; e
 - número de celular com aplicativo de mensagens.



A emissora pode indicar advogada ou advogado, mediante envio de **procuração**.

Forma de notificação

As notificações para o cumprimento de determinações administrativas e de ordens judiciais serão enviadas às emissoras, preferencialmente, na seguinte ordem:

1. mensagem instantânea para telefone celular;
2. e-mail; ou
3. correspondência pelos Correios: essa regra se aplica aos processos em que a emissora não seja parte.

A emissora pode optar por receber notificações exclusivamente por e-mail, desde que informe essa escolha à Justiça Eleitoral.

Reunião para Organização do Horário Eleitoral Gratuito

Até **23 de agosto do ano da eleição**, a Justiça Eleitoral realizará reunião presencial com:

- partidos políticos;
- federações partidárias;
- coligações; e
- emissoras de rádio e televisão.



Objetivos da reunião

A reunião tem como finalidade:

- distribuir o **tempo de propaganda** de cada partido, federação partidária ou coligação;

- realizar o **sorteio da ordem de veiculação** do 1º dia da propaganda em rede;
- elaborar o **plano de mídia**; e
- definir a(s) **emissora(s) geradora(s)** da propaganda em rede.

Participação e ajustes técnicos

Durante a reunião, as(os) participantes poderão se manifestar sobre:

- especificações técnicas das mídias;
- tecnologias para envio dos arquivos;
- forma de entrega do material:
 - física;
 - eletrônica; ou
 - ambas.
- outros aspectos relevantes para o funcionamento da propaganda.



Essas manifestações serão consideradas na definição final, buscando compatibilizar os diferentes pontos de vista.

Regras para o 2º Turno

No 2º Turno:

- o tempo de propaganda (em rede e por inserções) será **dividido igualmente** entre as candidaturas;
- a ordem de veiculação começa pela candidatura mais votada no 1º Turno; e
- haverá **alternância da ordem** a cada programa em bloco ou inserção.

Emissora geradora da propaganda

Se não houver acordo entre as emissoras sobre quem será responsável pela geração da propaganda em rede:

- a Justiça Eleitoral dividirá o tempo total de propaganda pelo número de emissoras disponíveis; e
- a responsabilidade será distribuída **por sorteio**, entre as emissoras.

Organização da grade

A grade de horários será estruturada de modo a garantir:

- participação equilibrada entre as emissoras; e
- presença em horários de **maior e menor audiência**.

Distribuição do Tempo

A Justiça Eleitoral distribuirá os horários reservados à propaganda de cada eleição entre partidos políticos, federações partidárias e coligações que tenham candidata e candidato.

Critério:

- **10% igual para todos**; e
- **90% proporcional** ao número de deputados federais.



Coligações: o resultado da soma de representantes dos 6 maiores partidos/federações partidárias.

Federações partidárias: o resultado da soma de representantes de todos os partidos integrantes.

Como é feito o cálculo

- Base: **última eleição para deputada ou deputado federal** (e eventuais totalizações posteriores).

- Não conta mudança de partido posterior.
- Em caso de **fusão ou incorporação**: soma de deputadas e deputados federais dos partidos de origem.
- Tempo menor que 30 segundos pode ser acumulado.
- Sobras são compensadas entre os concorrentes, no limite do horário reservado para a propaganda eleitoral gratuita.

Nova distribuição

Será feita nova distribuição do tempo, nas seguintes situações:

- **nas eleições para os cargos de presidente, governador e senador**: se a candidata ou o candidato deixar de concorrer e não houver substituição; e
- **nas eleições para os cargos de deputada estadual e deputado estadual**: se um partido ou federação partidária deixar de concorrer definitivamente.



Sistema usado para distribuição

Poderá ser utilizado o Sistema de Horário Eleitoral desenvolvido pelo Tribunal Superior Eleitoral para elaborar o plano de mídia.

Ordem de veiculação

No **1º Turno** (rodízio diário):

- no 1º dia, segue-se a ordem do sorteio;
- a partir do 2º dia, adota-se o sistema de rodízio: o último a veicular em um dia será o 1º do dia seguinte.

No **2º Turno** (alternância):

- o 1º programa começa pela candidatura mais votada no 1º Turno; e
- a ordem de veiculação é alternada a cada programa subsequente.



Comprovado o não atingimento dos percentuais destinados às candidaturas de mulheres e de pessoas negras e de pessoas indígenas em um ciclo semanal de propaganda eleitoral gratuita, o tempo faltante deverá ser compensado nas semanas seguintes, pelo período necessário para assegurar o cumprimento da proporcionalidade até o fim da campanha.

Propaganda em Rede ou Bloco

A propaganda em rede ou bloco é aquela divulgada em todas as emissoras simultaneamente, em horários pré-estabelecidos.

As emissoras de rádio e de televisão devem veicular a propaganda eleitoral gratuita, em rede, da seguinte forma:

- **1º Turno:** de **28 de agosto a 1º de outubro** de 2026;
- **2º Turno:** de **9 de outubro a 23 de outubro** de 2026.



1º Turno
Presidente

terças e quintas-feiras e aos sábados

Veículo	Horário
Rádio	7h às 7h12m30
	12h às 12h12m30
TV	13h às 13h12m30
	20h30 às 20h42m30

Deputado federal

terças e quintas-feiras e aos sábados

Veículo	Horário
Rádio	7h12m30 às 7h25
	12h12m30 às 12h25
TV	13h12m30 às 13h25
	20h42m30 às 20h55

Senador - renovação por $\frac{2}{3}$

segundas, quartas e sextas-feiras

Veículo	Horário
Rádio	7h às 7h07
	12h às 12h07
TV	13h às 13h07
	20h30 às 20h37

Deputado estadual

segundas, quartas e sextas-feiras

Veículo	Horário
Rádio	7h07 às 07h16
	12h07 às 12h16
TV	13h07 às 13h16
	20h37 às 20h46

Governador

segundas, quartas e sextas-feiras

Veículo	Horário
Rádio	07h16 às 07h25
	12h16 às 12h25
TV	13h16 às 13h25
	20h46 às 20h55

2º Turno

Havendo 2º Turno, as emissoras de rádio e de televisão reservarão tempo para a propaganda eleitoral gratuita no período de **9 de outubro a 23 de outubro** de 2026, de **segunda-feira a sábado**.

Onde houver eleição de presidente da República e governador

Presidente

Veículo	Horário
Rádio	7h às 7h10
	12h às 12h10
TV	13h às 13h10
	20h30 às 20h40

Governador

Veículo	Horário
Rádio	7h10 às 7h20
	12h10 às 12h20
TV	13h10 às 13h20
	20h40 às 20h50

Onde houver eleição apenas para um dos cargos

Veículo	Horário
Rádio	7h às 7h10
	12h às 12h10
TV	13h às 13h10
	20h30 às 20h40

O tempo de propaganda será dividido igualmente, iniciando-se pela candidatura que obteve maior votação no 1º Turno, com a alternância da ordem a cada programa em bloco.

Problemas na entrega das mídias

Se nenhum programa foi entregue: a emissora informa que o horário está reservado à propaganda do partido, federação partidária ou coligação.

Se a mídia apresentar problemas técnicos ou for entregue fora do prazo ou da forma prevista: a emissora deverá retransmitir o último programa entregue.

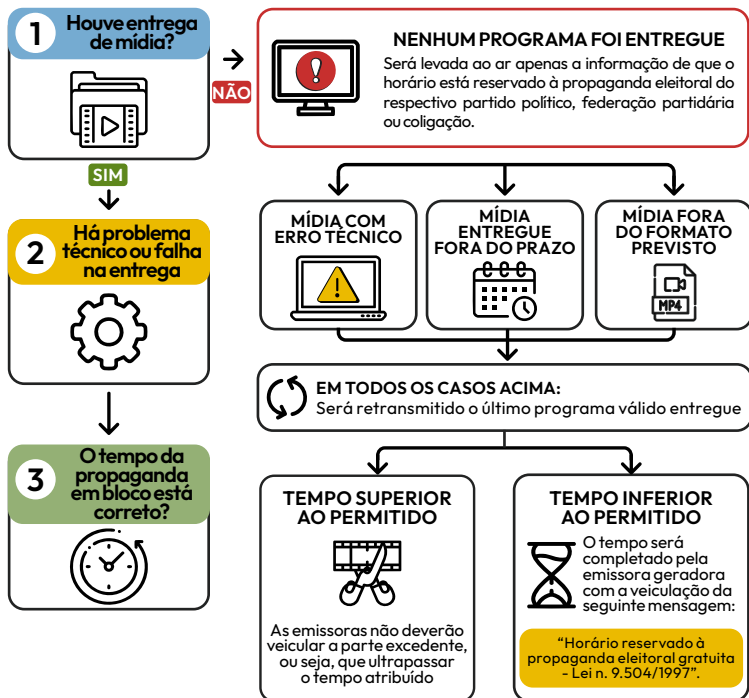
Tempo na propaganda em bloco

Ajustes feitos pela emissora:

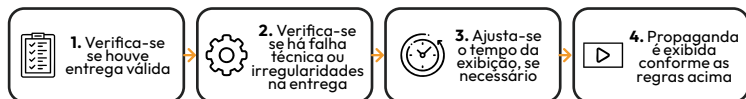
- **tempo superior ao permitido:** as emissoras não deverão veicular a parte excedente, ou seja, que ultrapassar o tempo atribuído.
- **tempo inferior ao destinado:** as emissoras deverão veicular, durante o tempo restante, a mensagem padrão: *“Horário reservado à propaganda eleitoral gratuita – Lei 9.504/1997”*.



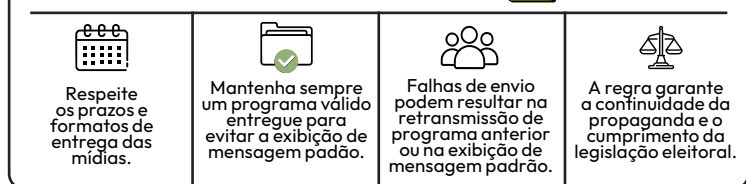
Fluxo Operacional - Problemas na entrega e exibição da propaganda eleitoral



COMO FUNCIONA O FLUXO



PONTOS IMPORTANTES !



Inserções

1º Turno

As emissoras de rádio e de televisão reservarão, ao longo de suas programações, tempo para a propaganda eleitoral gratuita, da seguinte forma:

- de **28 de agosto a 1º de outubro** de 2026, de segunda a domingo;
- **70 minutos diários**, divididos em partes iguais entre candidatas e candidatos que disputam as eleições;
- inserções de **30 e 60 segundos**;
- nos seguintes blocos de audiência:
 - entre **5h e 11h**;
 - entre **11h e 18h**; e
 - entre **18h e 24h**.



2º Turno

Havendo 2º Turno, as emissoras de rádio e de televisão reservarão tempo para a propaganda eleitoral gratuita, da seguinte forma:

- **9 de outubro a 23 de outubro** de 2026, de segunda a domingo;
- **25 minutos diários**; e
- Inserções de **30 e 60 segundos**;

- Nos seguintes blocos de audiência:
 - entre **5h e 11h**;
 - entre **11h e 18h**; e
 - entre **18h e 24h**.

O tempo de propaganda será dividido igualmente, iniciando-se pela candidatura que obteve maior votação no 1º Turno, com a alternância da ordem a cada veiculação de inserção.

Distribuição

A distribuição das inserções dentro da grade de programação deverá ser feita de modo uniforme e com espaçamento equilibrado.

Inserções idênticas

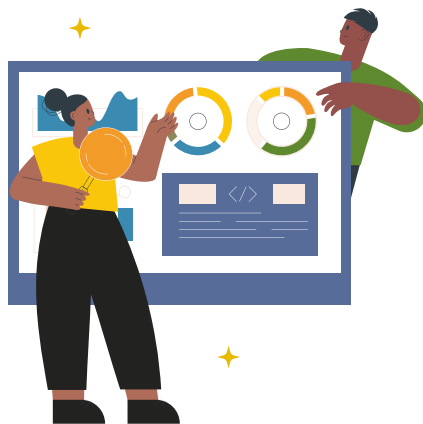


É proibida a veiculação de inserções idênticas no mesmo intervalo de programação, exceto:

- se o número de inserções do partido, coligação ou a federação partidária exceder os intervalos disponíveis; ou
- se o material apresentado impossibilitar a veiculação nos termos estabelecidos.

As emissoras transmitirão qualquer inserção entregue anteriormente e não impedida por ordem judicial, se o partido, coligação ou federação partidária não entregar o mapa de mídia com a indicação de qual inserção deve ser veiculada em determinado horário.

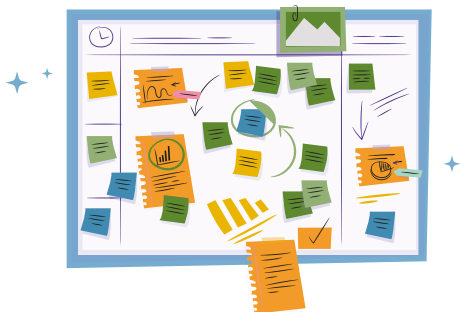
Proibida a transmissão em sequência para o mesmo partido, coligação ou federação partidária.



Agrupamento de inserções dentro do mesmo bloco de exibição

O tempo padrão de inserção é de 30 segundos.

Aqueles que optarem por agrupar inserções em módulos de 60 segundos, deverão comunicar às emissoras com a antecedência mínima de 48h, para que possam alterar a grade de programação.



Nas transmissões previstas para sábados, domingos e segundas-feiras, a inserção agrupada em **60 segundos** será veiculada na posição que o partido, coligação ou federação partidária indicar até as 14h da sexta-feira imediatamente anterior, dentre aquelas já atribuídas naquele bloco. Nos feriados, vale a indicação até as 14h do dia útil anterior.

Problemas na entrega das mídias contendo as inserções

- **Se houver problema técnico ou atraso:** será exibida a última inserção válida entregue.
- **Se não for enviado o mapa de mídia:** a emissora exibirá qualquer inserção já entregue anteriormente, desde que não haja impedimento judicial.



REGRA GERAL

A exibição sempre prioriza o que já foi validamente entregue.

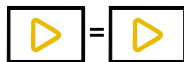
Inserções com tempo superior ao determinado

A inserção terá sua parte final cortada se a duração ultrapassar o estabelecido no plano de mídia.



Regras para inserções de propaganda

1 INSERÇÕES IDÊNTICAS



REGRA GERAL

É proibido repetir a mesma inserção no mesmo intervalo

EXCEÇÕES



Quando o número de inserções for maior que os intervalos disponíveis

Quando o material não permitir veiculação conforme as regras

OUTRAS REGRAS IMPORTANTES



Proibida a transmissão em **seqüência** para o mesmo partido, federação partidária ou coligação



Se **não houver indicação no mapa de mídia**: será exibida uma inserção já entregue anteriormente

2 AGRUPAMENTO DE INSERÇÕES



TEMPO PADRÃO

O tempo padrão de inserção é de **30 segundos**.



AGRUPAMENTO EM 60 SEGUNDOS

- Pode agrupar inserções em blocos de **60 segundos**.
- Deve comunicar a emissora com mínimo de **48h** de antecedência



PRAZOS ESPECIAIS

Sábado, domingo e segunda-feira

→ informar até **14h** da sexta-feira anterior.



Feriados

→ informar até **14h** do dia útil anterior

3 PROBLEMAS NA ENTREGA DAS MÍDIAS CONTENDO AS INSERÇÕES



SE HOUVER PROBLEMA TÉCNICO OU ATRASO

→ Será exibida a última inserção válida entregue no horário do partido, federação partidária ou coligação.



SE NÃO FOR ENVIADO O MAPA DE MÍDIA

A emissora exibirá:

- qualquer inserção já entregue anteriormente;
- desde que não haja impedimento judicial.

Plano de Mídia

O plano de mídia, feito no sistema do TSE, organiza quem vai aparecer e em qual momento cada propaganda será exibida.

É a forma como os horários de propaganda são divididos entre todas as candidatas e todos os candidatos ao longo dos 35 dias do horário eleitoral gratuito.



Exemplo: o plano de mídia informa que o partido “A” tem direito a veicular 2 inserções por bloco de audiência no 1º dia do horário gratuito (manhã, tarde e noite).

O plano de mídia feito pelo TSE busca garantir que todos os partidos, coligações e federações partidárias tenham espaço tanto nos horários de maior audiência quanto nos de menor audiência para exibir suas propagandas.

Mapa de Mídia

É um documento feito pelos partidos, coligações e federações partidárias para informar às emissoras de rádio e TV qual propaganda deve ser exibida e em qual horário no tempo gratuito.



Entrega e recebimento de mapas de mídia

Em Santa Catarina, o credenciamento das pessoas responsáveis pela entrega e recebimento do mapa de mídia será feito por sistema a ser disponibilizado pelo TRE-SC.

Prazo de credenciamento

Até **26 de agosto do ano da eleição**, partidos políticos, federações partidárias, coligações e emissoras deverão indicar:

- os nomes das pessoas autorizadas a apresentar ou receber os mapas de mídia; e
- seus dados de contato.



ATENÇÃO:

Somente pessoas credenciadas no sistema poderão realizar a entrega e o recebimento dos mapas e das mídias.

Como fazer o credenciamento

O credenciamento deve ser assinado por:

- representante do partido, federação partidária ou coligação; ou
- advogada ou advogado.

Quem não precisa de credenciamento

Não é necessário credenciamento para:

- as(os) presidentes e vice-presidentes dos partidos políticos; e
- as delegadas e os delegados credenciadas(os) perante a Justiça Eleitoral.

CONDIÇÃO: é obrigatória a apresentação de certidão emitida pelo TSE que comprove a respectiva função ou condição.

Substituição de pessoas autorizadas

Caso seja necessário substituir a pessoa responsável pela entrega e recebimento dos mapas e mídias, a alteração deve ser realizada com, no mínimo, 24h de antecedência.

CREDENCIAMENTO

PARA ENTREGA DE MAPAS E MÍDIAS



1. COMO FAZER O CREDENCIAMENTO?

O credenciamento deve ser assinado por:



representante do partido,
federação partidária ou
coligação

ou



advogada ou
advogado



2. QUEM NÃO PRECISA DE CREDENCIAMENTO

Não é necessário credenciamento para:



presidentes dos partidos



vice-presidentes



delegadas e delegados
já credenciados

Condição: é necessário apresentar certidão do TSE obtida no sítio eletrônico do Tribunal Superior Eleitoral.



3. SUBSTITUIÇÃO DE PESSOAS AUTORIZADAS



A alteração deve ser realizada com



Antecedência mínima de **24 horas**.



ATENÇÃO



A entrega dos mapas e das mídias só pode ser feita por pessoas **autorizadas** ou dispensadas de credenciamento **com comprovação**.



RESUMO



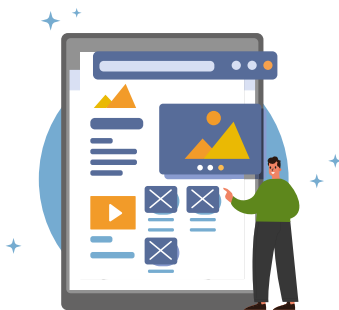
Sem autorização válida, não há entrega regular de mapas e mídias.



Plataformas digitais

Quando a entrega das mídias for feita por plataforma digital, as pessoas que utilizarão o sistema devem ter seus dados de acesso previamente cadastrados junto à emissora.

O cadastro deve ser realizado dentro do mesmo prazo previsto para o credenciamento das pessoas autorizadas à entrega física de mídias e mapas de mídia.



Materiais enviados por pessoas não cadastradas poderão ser recusados pela emissora.

Emissoras geradoras

Se as emissoras geradoras não informarem a pessoa responsável por receber os mapas e as mídias, as entregas serão consideradas válidas quando:

- forem feitas na portaria da emissora; ou
- forem enviadas por qualquer meio de comunicação disponibilizado pela própria emissora.

Nesses casos, a responsabilidade por erros ou falhas na veiculação da propaganda será da geradora.

Encaminhamento Eletrônico dos Arquivos com as Propagandas

Como deve ser feita a entrega

A propaganda enviada por meio eletrônico deve estar acompanhada de **Protocolo de Entrega**, conforme modelo disponível no Anexo IV da Resolução TSE 23.610/2019.



O que deve ser garantido no envio

- Confirmação imediata de recebimento.
- Verificação da qualidade técnica do arquivo.
- Conferência da duração do programa.

Em caso de problema no arquivo

Se houver erro, incompatibilidade ou defeito o material deve ser devolvido ao partido, federação partidária ou coligação com indicação clara do motivo da recusa.

Acesso às informações

Todos os partidos, federações partidárias e coligações que tenham direito à propaganda devem ter acesso aos arquivos e informações.

Guarda dos arquivos

As emissoras devem:

- manter as gravações; e
- respeitar os prazos de conservação e arquivamento.



ATENÇÃO:

A entrega eletrônica não se resume ao envio do arquivo.

- É necessário observar os procedimentos de controle, conferência e registro da entrega.
- O cumprimento dessas etapas garante a regularidade do material encaminhado à emissora.



Encaminhamento Eletrônico dos Arquivos com as Propagandas



1. COMO DEVE SER FEITA A ENTREGA?

A entrega eletrônica dos arquivos com propagandas deve estar acompanhada de:



Protocolo de Entrega (conforme Anexo IV da Resolução TSE 23.610/2019)



2. O QUE DEVE SER GARANTIDO NO ENVIO



Confirmação imediata de recebimento



Verificação da **qualidade técnica** do arquivo



Conferência da **duração** do programa



3. EM CASO DE PROBLEMA NO ARQUIVO



Se houver erro, incompatibilidade ou defeito:



O material deve ser **devolvido** ao partido, federação partidária ou coligação com **indicação clara do motivo da recusa**.



4. ACESSO ÀS INFORMAÇÕES

Todos os partidos, federações partidárias e coligações que tenham direito à propaganda:



Devem ter acesso aos arquivos e informações



5. GUARDA DOS ARQUIVOS

As emissoras devem:



Manter as gravações



Respeitar os prazos de conservação e arquivamento



ATENÇÃO

A entrega eletrônica não é apenas o envio do arquivo. Ela exige controle, conferência e registro formal



RESUMO



Arquivo enviado + **protocolo** + **validação** + **técnica** = entrega regular

Protocolo de Entregas - Envio ao TRE-SC

Para garantir que a distribuição do tempo de propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão respeite os percentuais de mulheres, de pessoas negras e de pessoas indígenas, os partidos políticos, federações partidárias e coligações devem preencher e entregar para a Justiça Eleitoral os seguintes formulários da Resolução TSE 23.610/2019:

1. Protocolo de entrega de mapas de mídia de propaganda eleitoral (Anexo III); e
2. Protocolo de entrega de mídias de propaganda eleitoral (Anexo IV).

Esses formulários serão disponibilizados no site do TRE-SC, na página destinada ao horário eleitoral gratuito.



Mapas de Mídia e Entrega das Propagandas

O que deve constar no mapa de mídia

Os mapas entregues às emissoras devem conter:

- nome do partido, federação partidária ou coligação;
- título ou número do filme;
- duração do filme;
- dias e faixas de veiculação;
- nome, assinatura e identificação da pessoa credenciada; e
- distribuição do tempo, com indicação dos percentuais de:
 - mulheres negras, não negras e indígenas; e
 - homens negros, não negros e indígenas.

Como deve ser feita a entrega

A mídia da propaganda deve ser entregue por pessoa credenciada do partido, federação partidária ou coligação.

A entrega dará direito a recibo, o qual será emitido somente após a validação dos seguintes critérios:

- qualidade técnica da mídia; e
- duração do programa.

Quando a emissora pode recusar

A emissora pode não receber **os mapas de mídia e as mídias de propaganda** quando não forem entregues por:

- pessoa credenciada;
- presidente do partido; ou
- vice-presidente do partido.



ATENÇÃO:

A entrega só é válida quando feita por pessoa autorizada e com todas as informações completas no mapa de mídia.

Claquete

Toda mídia enviada à emissora deve conter **uma claquete** com as seguintes informações:

- nome do partido, da federação partidária ou da coligação;
- título ou número da peça publicitária; e
- duração da propaganda.

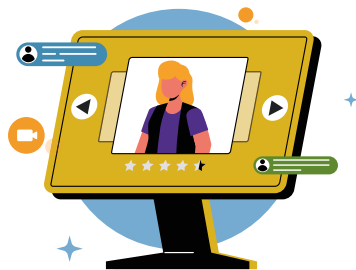


Essas informações permitem o controle interno da emissora.

Além disso, as mídias devem estar claramente identificadas, de forma que possam ser associadas às informações constantes no formulário de entrega e na claquete.

Meios para a gravação

As mídias apresentadas deverão ser individuais, delas constando apenas uma peça de propaganda eleitoral, seja em rede (bloco) ou inserção, e gravadas em meio de armazenamento compatível com as condições técnicas da emissora.



As emissoras deverão informar, por ocasião da realização da reunião do plano de mídia, os tipos compatíveis de armazenamento aos partidos políticos, às federações partidárias ou às coligações para veiculação da propaganda.

Conferência de qualidade

No momento da entrega das mídias e na presença da pessoa representante credenciada do partido político, federação partidária ou coligação, será efetuada a conferência da qualidade da mídia e da duração do programa.

Prazos

Quando não observado o prazo estabelecido para a entrega dos mapas de mídia, as emissoras não serão responsabilizadas pela transmissão de programa em desacordo com os mapas apresentados.

Horário de apresentação dos mapas de mídias

- **Regra:** apresentação até as 14h da véspera da veiculação.
- **Sábados, domingos e segundas:** apresentação até as 14h da sexta-feira anterior.
- **Feriados:** até as 14h do dia útil anterior.

Entrega das mídias com as gravações

As mídias com as gravações da propaganda eleitoral serão entregues à emissora, inclusive nos sábados, domingos e feriados, com a antecedência mínima de:

- 6h do início do **programa em rede**; e
- 12h do início do 1º bloco de audiência, no caso das **inserções**.



Por ocasião da elaboração do plano de mídia, as emissoras, os partidos, federações partidárias e coligações poderão acordar outros prazos, sob a supervisão da Justiça Eleitoral.

Substituição da propaganda

O partido político, federação partidária ou coligação poderá substituir uma propaganda por outra, desde que dentro dos horários permitidos de entrega e destacando que se trata de substituição do arquivo.

Conservação das gravações e dos mapas de mídia

- **Mapas de mídia:** uma cópia deverá ser conservada pelos partidos, federações partidárias e coligações até a diplomação dos eleitos.
- **Gravações:** deverão ser conservadas por 20 dias depois de transmitidas pelas emissoras de até 1kW e por 30 dias pelas demais.

As gravações ficarão no arquivo da emissora, mas à disposição da Justiça Eleitoral, para servir como prova sempre que requerido.

O material da propaganda eleitoral gratuita deverá ser retirado das emissoras 60 dias após a respectiva divulgação, sob pena de sua destruição.



Parte 4



Propaganda Eleitoral nos dias que antecedem a Eleição



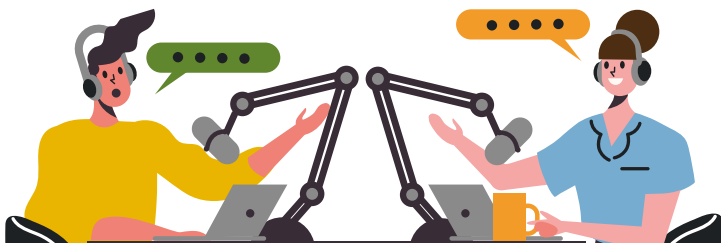


PROPAGANDA ELEITORAL NOS DIAS QUE ANTECEDEM A ELEIÇÃO



Antevéspera da Eleição

- **1º Turno: 2 de outubro** de 2026.
- **2º Turno: 23 de outubro** de 2026.



Permitido

- Propaganda de rua.
- Propaganda na imprensa.
- Propaganda na internet.



Proibido

- **Desde 72h antes até 24h depois do término da eleição:** a publicação e republicação, inclusive impulsionada, de conteúdo sintético produzido ou alterado por inteligência artificial ou tecnologia equivalente.
- **Desde 48h antes até 24h depois da eleição:** a circulação paga ou impulsionada de propaganda eleitoral na internet, mesmo se a contratação tiver sido realizada antes desse prazo.

**DEBATE**

1º Turno: pode se estender até as 7h de **2 de outubro** de 2026.

2º Turno: pode ultrapassar o horário de meia-noite de **23 de outubro** de 2026.

Véspera da Eleição

- **1º Turno: 3 de outubro** de 2026.
- **2º Turno: 24 de outubro** de 2026.

**Permitido**

- Propaganda de rua, até as 22h do dia que antecede o da eleição:
 - caminhada, carreata e passeata, acompanhadas ou não por carro de som ou minitrio;
 - amplificadores de som, alto-falantes; e
 - distribuição de material gráfico (santinhos, panfletos, etc.).
- Propaganda na internet, com exceção da circulação paga ou impulsionada, mesmo se a contratação tiver sido realizada antes desse prazo.





Proibido

Derrame de material de propaganda

- O derrame de material de propaganda, ou a anuência com essa prática, no local de votação ou nas vias próximas configura propaganda irregular, ainda que ocorra na véspera da eleição.
- A proibição abrange santinhos, folhetos e outros materiais de propaganda distribuídos ou espalhados de forma a influenciar o eleitorado.

No dia da Eleição

- **1º Turno: 4 de outubro** de 2026.
- **2º Turno: 25 de outubro** de 2026.



Permitido

- Manifestação individual e silenciosa da preferência da eleitora ou do eleitor, exclusivamente pelo uso de:

- bandeiras;
 - broches;
 - emblemas;
 - adesivos; e
 - camisetas.
- O nome e a sigla do partido político, federação partidária ou coligação nos crachás dos fiscais partidários, durante os trabalhos de votação, vedada a padronização do vestuário.



Proibido

É proibida a divulgação de qualquer espécie de propaganda eleitoral de partidos políticos, federações partidárias, coligações ou de suas candidatas e seus candidatos.

Essa proibição abrange, dentre outras condutas assemelhadas, exemplos como:

- **aglomeração de pessoas** portando bandeiras, broches, emblemas e adesivos ou usando roupas padronizadas, que caracterizem manifestação coletiva e/ou ruidosa, com ou sem o uso de veículos;
- **abordagem, aliciamento ou o uso de métodos de persuasão e convencimento** de eleitoras e eleitores;
- **distribuição de camisetas;**
- **promoção de comícios ou carreatas;**
- **arregimentação de eleitoras e eleitores** ou propaganda de boca de urna;
- **derrame de material impresso** de propaganda; ou
- **uso de alto-falantes e amplificadores de som.**

Propaganda eleitoral na internet no dia da eleição



Permitido

A manutenção da veiculação gratuita de propaganda eleitoral já publicada em websites eleitorais, blogs, plataformas de mídia social e outros meios eletrônicos de comunicação pertencentes a candidatas, candidatos, partidos, federações partidárias ou coligações.



Proibido

A publicação de **novos conteúdos** ou o **impulsioneamento de conteúdos** nas aplicações de internet.



@trescjusbr



@trescjusbr



/trescjusbr



@trescjusbr



/canalTRESC



/trescjusbr

**Saiba tudo sobre
a urna eletrônica**

