



FLORESCE A ESPERANÇA

GUIA PARA AS ELEIÇÕES 2022

Sumário

O PCdoB E AS ELEIÇÕES 2022	03
ESCOLHA DAS CANDIDATURAS E CONVENÇÕES ELEITORAIS	05
REGISTRO DE CANDIDATURAS	18
COMUNICAÇÃO: PRÉ-CAMPANHA E CAMPANHA	24
FINANÇAS: ARRECADAÇÃO, DESPESAS E PRESTAÇÃO DE CONTAS	59

O PCdoB E AS ELEIÇÕES 2022

No dia 2 de outubro próximo, os brasileiros novamente irão às urnas para decidir os destinos da nação. Mais do que nunca, será um momento decisivo para dar um Basta!: à tragédia social, sanitária, econômica e política que tomou conta do país nos últimos quatro anos de Bolsonaro.

O Comitê Central do PCdoB, por meio da resolução política aprovada na reunião de 28 de maio, orienta o Partido a “concentrar energias para a vitória de Lula e pela eleição de uma forte bancada comunista”.

E acrescenta como prioridades:

- a) a reeleição de sua atual Bancada da Câmara dos Deputados;
- b) a luta pela sua ampliação através de candidaturas com densidade eleitoral competitiva;
- c) o lançamento de um elenco de lideranças que venham a se projetar, se fortalecer e somar votos para a legenda do Partido;
- d) e, combinada com esses objetivos, a conquista de mandatos nas Assembleias Legislativas dos estados e do Distrito Federal.

Por intermédio da Federação Brasil da Esperança (FE Brasil), constituída por PT, PCdoB e PV, o Partido poderá apresentar candidaturas majoritárias que fortaleçam os palanques estaduais e a campanha presidencial de Lula nos estados, e com ganhos ao projeto eleitoral próprio.

Como consequência prática de organização do esforço eleitoral, cabe às Direções Estaduais do Partido articular as dobradas entre candidaturas a federal e a estadual, dividir as forças e bases partidárias de acordo com as prioridades estabelecidas pelo projeto aprovado e alocar todos os quadros dirigentes nas coordenações e atividades da campanha e das candidatos e candidatas.

Tanto a pré-campanha quanto a campanha se darão em tempo reduzido. Por isso, é preciso concentrar ao máximo os recursos humanos, materiais e de tempo e rapidamente colocar todo o Partido em movimento.

E, de imediato, dar atenção especial às seguintes questões:

- Ativar a campanha de todos/as pré-candidatos/as: realizar lançamentos locais e regionais; estruturar as coordenações; fazer busca ativa para o engajamento de militantes, filiados e amigos; e colocar em andamento as ações de comunicação e arrecadação de recursos.

- Atuar de forma planejada: definição do perfil, marcas e bandeiras de luta; prioridades e fases da campanha; mapa com metas de votação por segmentos e áreas; orçamento detalhado das despesas e da arrecadação financeira; definição da agenda mensal e semanal; designação de responsáveis pelas principais frentes de ação (em especial comunicação, finanças e prestação de contas).

- Constituir Comitês de Apoio a Lula e a nossos/as candidatos/as, a partir das bases partidárias, da incorporação de novos setores e da extensão para incorporar participação popular e voluntária, para as ações tanto de mobilização presencial e de rua, quanto nas redes sociais.

O Partido é o esteio principal das campanhas e seu papel é crucial para a vitória. Precisa ser amplamente mobilizado para a ação, motivado pelos desafios políticos de eleger Lula e derrotar Bolsonaro, e de alcançar o êxito do projeto eleitoral do PCdoB que atingiu grande grau de unidade.

Em estreita ligação com a campanha eleitoral, perseguiremos o fortalecimento, o revigoramento e o crescimento do Partido, principalmente junto às bases populares. É preciso filiar, incorporar e organizar os/as ativistas que se somarão a esta batalha política tão decisiva para o povo brasileiro e a nação.

4

Firmes na luta!

Viva o PCdoB!

ESCOLHA DAS CANDIDATURAS E CONVENÇÕES ELEITORAIS

A escolha das candidaturas é uma prerrogativa de cada partido político, de acordo com as normas previstas no seu Estatuto, ou em normas específicas dispostas pelos órgãos nacionais de deliberação, conforme previsto no §1º do artigo 7º, da Lei 9.504/1997.

Se um partido firma coligação para a eleição de candidaturas eleitas pelo sistema majoritário, naturalmente essa escolha decorrerá da decisão que os partidos coligados adotarem.

Desta forma, a constituição de uma Federação de Partidos, como a Brasil da Esperança, formada pelo PCdoB, o PV e o PT, compete-lhe, de acordo com as normas previstas em seu Estatuto e eventualmente nas normas específicas, a escolha e substituição dos/as candidatos/as e a formação de coligações.

No caso das Candidaturas que são eleitas pelo sistema proporcional (deputados/as estaduais/distritais, federais e vereadores/as), a escolha das candidaturas, no caso de uma Federação de Partidos, ocorrerá de acordo com a sistemática prevista em seu Estatuto, que remete aos procedimentos de escolha de cada partido que a integra, além da Resolução que dispõe sobre a escolha de candidaturas e celebração de coligações para cargos majoritários.

As Convenções Eleitorais nacional, estaduais e no Distrito Federal da Federação deverão ser conjuntas com a dos partidos que integram a Federação.

As Convenções eleitorais são instâncias deliberativas, previstas na Lei das Eleições (Lei 9.504/1997), bem como nos Estatutos do PCdoB e da Federação, como ocorre em relação aos outros partidos.

As Convenções são convocadas, no caso do PCdoB, por decisão de cada Comitê partidário e, no caso das Federações, por seus órgãos de direção nacional, estaduais e distrital. Tratando-se da FE Brasil, a Convenção Eleitoral Nacional deverá ser convocada por sua Comissão Executiva Nacional, e as Convenções Eleitorais Estaduais e do Distrito Federal, pelas respectivas Comissões Provisórias.

Portanto, cada órgão partidário deve se reunir com antecedência, de pelo menos 15 (quinze) dias, a partir da data em que a Convenção for realizada, para discutir e deliberar sobre todos os preparativos da Convenção Eleitoral, as propostas de candidaturas e eventuais alianças para formação de coligação para cargos majoritários (governador/a, vice-governador/a e senador/a).

Naturalmente, uma Convenção Eleitoral só pode ocorrer se for regularmente convocada por órgão partidário. No caso, por Comitê Estadual, ou do Distrito Federal, que esteja funcionando regularmente, ou com os registros e anotações dos integrantes de seu Comitê, no Sistema de Gerenciamento de Informações Partidárias (SGIP), da Justiça Eleitoral, e com os integrantes do Comitê no exercício regular de seu mandato.

Para tanto, é fundamental que o Comitê partidário, em especial a Presidência, a Secretaria de Organização e a Secretaria de Finanças, com antecedência para se certificar e, caso necessário, dirigir-se ao Tribunal Regional Eleitoral em que o Comitê Estadual está registrado para se certificar de que tudo esteja em ordem.

Neste sentido, é importante ter presente que a redação do § 2º, do artigo 10, da Lei 9.096/1995, foi alterada pela Lei nº 14.063, de 23 de setembro de 2020, passando a vigorar nos seguintes termos:

Após o recebimento da comunicação de constituição dos órgãos de direção regionais e municipais, definitivos ou provisórios, o Tribunal Superior Eleitoral, na condição de unidade cadastradora, deverá proceder à inscrição, ao restabelecimento e à alteração de dados cadastrais e da situação cadastral perante o CNPJ na Secretaria Especial da Receita Federal do Brasil.

Convocada a Convenção Eleitoral, o trabalho será divulgá-la entre os/as delegados/as, para que todos/as compareçam, nos termos previstos na Resolução aprovada pela Comissão Política Nacional do PCdoB.

No caso da Federação Brasil da Esperança, é importante ter presente que a escolha das candidaturas compreenderá, pelo menos para as eleições de 2022, as seguintes duas etapas:

1ª ETAPA – no âmbito de cada cada Partido integrante da Federação (PCdoB/PT/PV): Escolha de suas respectivas candidaturas a cargos proporcionais a que terão direito, de acordo com os percentuais que o Estatuto e a Comissão Executiva Nacional estabelecerem, bem como sugestões de candidaturas a cargos majoritários e coligações para eleições de cargos majoritários. No caso do PCdoB, após as reuniões dos Comitês Estaduais/DF, as listas de candidaturas a cargos proporcionais e as sugestões de candidaturas majoritárias e coligações serão encaminhadas para as Comissões Provisórias Estaduais e do Distrito Federal, da FE Brasil.

Após a decisão da Comissão Executiva Nacional da Federação sobre as candidaturas, serão realizadas as Convenções Eleitorais do PCdoB nos estados e no Distrito Federal, seguida do referendo do Comitê Central. Da mesma forma, o Comitê Central realizará sua Convenção Eleitoral Nacional para aprovar

a posição do PCdoB em relação às candidaturas à Presidência e Vice-Presidência, bem como a celebração de coligação da Federação Brasil da Esperança com outros partidos;

2ª ETAPA – no âmbito das estruturas da Federação Brasil da Esperança:

a) as Comissões Provisórias Estaduais e do Distrito Federal sistematizarão as listas de candidaturas a cargos proporcionais, apresentarão as indicações para candidaturas a cargos majoritários (governo, vice-governadoria e Senado), bem como a celebração ou não de coligação e com quais partidos;

b) a Comissão Executiva Nacional da Federação apreciará e aprovará as candidaturas a cargos proporcionais e majoritários e a celebração de coligações, que serão submetidas à;

A 1ª etapa e a fase “a”, da 2ª etapa, descritas acima, deverão ocorrer até o dia 10 de julho de 2022. Desta forma, a Comissão Executiva Nacional – fase “b”, da 2ª etapa – terá de 11 a 19 de julho de 2022 para apreciar e deliberar sobre as candidaturas e propostas de coligações apresentadas pelas Comissões Provisórias estaduais e do Distrito Federal, da Federação, de forma que as Convenções Eleitorais de cada partido integrante e as Convenções eleitorais conjuntas nacional, estaduais e distrital, dos partidos integrantes da Federação Brasil da Esperança, possam ocorrer de 20 de julho a 5 de agosto de 2022.

Naturalmente, na medida em que a 1ª etapa e a fase “a”, da 2ª etapa, possam ocorrer, e ser concluídas, antes do dia 10 de julho, a CEN/FE Brasil terá condições de apreciar e deliberar antes de 19 de julho. Porém, as Convenções Eleitorais de cada partido integrante da Federação Brasil da Esperança e as Convenções Eleitorais Conjuntas nacional, estaduais e distrital somente poderão ocorrer, no prazo previsto no artigo 8º, da Lei nº 9.504/1997, ou seja: “de 20 de julho a 5 de agosto, do ano em que se realizarem as eleições”.

Caso a Comissão Executiva Nacional e as Comissões Provisórias Estaduais e do Distrito Federal pretenderem usar prédios públicos para a realização das convenções, deverão observar as regras previstas no § 2º do artigo 8º, da Lei 9.504/1997, responsabilizando-se por danos que eventualmente causarem.

Além disso deverão comunicar por escrito, ao responsável pelo local, com antecedência mínima de uma semana, a intenção de realizar a convenção; providenciar a realização de vistoria, às suas expensas, acompanhada pelo representante da Federação e o responsável pelo prédio público; e respeitar a ordem de protocolo das comunicações, na hipótese de coincidência de datas de pedidos de outros partidos políticos.

CONVENÇÕES ELEITORAIS POR MEIO VIRTUAL

De acordo com o disposto no § 2º-B, do artigo 6º, da Resolução TSE nº 23.609, de 18 de dezembro de 2019, incluído pela Resolução TSE nº 23.675/2021:

A realização de convenção por meio virtual ou híbrido independe de previsão no estatuto ou nas diretrizes publicadas pelo partido ou federação até 180 (cento e oitenta) dias antes do dia da eleição, ficando assegurada a partidos políticos e federações a autonomia para a utilização das ferramentas tecnológicas que entenderem mais adequadas à prática do ato.

Atas das Convenções

A ata é um relato fiel da Convenção. Deverá ser escrita em livro aberto, rubricado pela Justiça Eleitoral, e conter todas as propostas e deliberações tomadas pelas convenções, que “poderá ser substituído pelo Módulo Externo do Sistema de Candidaturas (CANDex), registrando-se diretamente no sistema as informações relativas à ata e à lista das pessoas presentes”.

É importante observar que somente a ATA das Convenções Eleitorais Conjuntas dos Partidos integrantes da Federação poderá ser registrada no Módulo Externo do CANDex.

As Atas das Convenções e reuniões, de cada um dos Partidos integrantes da Federação, deverão ser lavradas nos Livros-ata que eventualmente cada órgão partidário já tenha, aberto pela Justiça Eleitoral, ou poderá elaborá-las em folhas avulsas, devidamente assinadas pelo Presidente do órgão partidário e por quem a secretariou, acompanhadas da lista de presença, e, na hipótese de reuniões e Convenções por meio virtual, com os meios comprobatórios previstos no § 3º-C, do artigo 6º, da Resolução TSE 23.609/2019. Mas essas Atas de reuniões e Convenções eleitorais de cada partido precisam ser guardadas e mantidas em locais seguros, para a eventualidade de a Justiça Eleitoral determinar que sejam apresentadas.

ATENÇÃO

- A ata da convenção é um dos documentos mais importantes para o registro de Demonstrativo de Regularidade de Atos Partidários (DRAP) e dos/as candidatos/as. Nela devem constar todas as deliberações tomadas na convenção: se o partido ou Federação se coligar, se o partido ou Federação se coligar, quais os partidos e Federações integrantes da coligação; o nome, ou nomes, dos/as candidatos/as das coligações; de quais partidos e Federação; quantos/as candidatos/as o partido, ou a Federação, lançará nas eleições proporcionais, indicando os nomes e os números identificadores de cada um/uma; a indicação do representante da coligação.
- A eventual delegação de poderes da Convenção para que o órgão de direção e da Federação – Comissão Executiva Provisória ou Nacional da FE Brasil – possa substituir candidatos/as, escolher candidatos/as para completar o número possível de candidaturas, retirar candidatos/as, decidir sobre alterações na composição da coligação para o cargo majoritário, bem como decidir e implementar retificações nas informações sobre candidatos/as e denominação da coligação para cargo majoritário.
- Esta regra vale para os demais documentos de registro de candidatura, que deverão ser guardados pelo partido ou pelo representante da coligação e poderão ter de ser reapresentados aos Juízos eleitorais para verificação de informações.

A seguir, este Guia enuncia todas as informações que deverão constar na Ata e os procedimentos posteriores a sua elaboração, basicamente transcrevendo o disposto na Resolução nº 23.609/2019 do TSE, em especial o disposto nos §§ 2º-A a 11, pois cada requisito deverá ser atendido rigorosamente.

A Ata e a respectiva Lista de Presença deverão ser lavradas em livro aberto e rubricado pela Justiça Eleitoral, que poderá ser requerido para conferência da veracidade das informações apresentadas, embora, em razão da possibilidade de a Convenção Eleitoral ser virtual, deva ser observado o que o TSE regulamentará em Resolução, que deverá ser aprovada até o final do mês de junho de 2022.

A ATA DEVE CONTER:

- **Local, data e hora; identificação com qualificação de quem a presidiu;**
- **deliberação para quais cargos concorrerá;**
- **no caso de coligação, o seu nome, se definido, e o nome dos partidos que a compõem;**
- **o representante da coligação, nos termos do artigo 5º, se já indicado, ainda que de outro partido;**

a relação dos/as candidatos/as escolhidos/as em Convenção, com a indicação do cargo para o qual concorrem, o número atribuído, o nome completo, o nome para a urna, a inscrição eleitoral, o CPF e o gênero.

Após a feitura da ata:

• A Ata das Convenções eleitorais nacional, estaduais e do Distrito Federal, conjuntas dos partidos integrantes da Federação e a Lista dos presentes serão digitadas no Módulo EXterno do Sistema de Candidaturas (CANDex), para serem publicadas no sítio do Tribunal Superior Eleitoral, na página de Divulgação de Candidaturas e de Prestação de Contas Eleitorais, e integrar os autos de registro de candidatura.

• Até o dia posterior ao da realização da Convenção, o arquivo da ata gerado pelo CANDex deverá ser transmitido via internet ou, na impossibilidade, gravado em mídia para ser entregue na Justiça Eleitoral.

• O Sistema CANDex, disponível nos sítios eletrônicos dos tribunais eleitorais, deve ser usado por meio de chave de acesso, obtida pelos partidos no Sistema de Gerenciamento de Informações Partidárias (SGIP).

O livro onde for lavrada a Ata deverá ser conservado até o término do prazo decadencial para ajuizamento de ações eleitorais, que termina 180 (cento e oitenta) dias após a diplomação, permanecendo a obrigação, em caso de ajuizamento de ação que verse sobre a validade do Demonstrativo de Regularidade de Atos partidários (DRAP) ou outros fatos havidos na Convenção partidária.

As anulações de deliberações dos atos decorrentes de Convenção partidária deverão ser comunicadas à Justiça Eleitoral até 30 (trinta) dias após a data-limite para o registro de candidatos e, em

caso de necessidade de escolha de novos/as candidatos/as, o pedido de registro deverá ser apresentado à Justiça Eleitoral nos 10 (dez) dias subsequentes à anulação.

ATENÇÃO

- É muito importante que os dirigentes de cada Comitê Estadual e do Distrito Federal do PCdoB, bem como da Comissão Provisória da Federação nos estados e no Distrito Federal se organizem para que a relação dos/as pré-candidatos/as – que será submetida à apreciação e deliberação da Convenção Eleitoral de cada partido e da Convenção Eleitoral conjunta – esteja elaborada e revisada com antecedência de pelo menos 24 horas antes da realização da Convenção Eleitoral.
- É igualmente importante que a Secretaria de Organização do Comitê partidário e a Comissão Provisória da Federação elaborem uma minuta da Ata da Convenção, com a inserção das informações de cada candidatura e o que poderá e deverá ser deliberado, com antecedência mínima de 24 horas antes da realização da Convenção Eleitoral.
 - Para que não haja surpresas desagradáveis, é fundamental que a documentação de cada candidato e de cada candidata já tenha sido providenciada e revisada pela Secretaria de Organização e, havendo dúvidas, que a Assessoria Jurídica do Comitê Estadual e do Distrito Federal seja previamente consultada para que, após a Convenção, as providências necessárias para o pedido de registro das candidaturas sejam ultimadas. Entre o término do prazo de realização das Convenções e o término do prazo para requerer o registro das candidaturas e a apresentação do Demonstrativo de Regularidade de Atos Partidários (DRAP), haverá apenas 10 (dez) dias.
 - E, na medida do possível, não convém deixar para protocolar os pedidos de registro do DRAP e das candidaturas no último dia do prazo.

CANDIDATAS/CANDIDATOS

Requisitos de elegibilidade

Os/As candidatos/as que em convenção forem escolhidos/as para integrar as chapas das candidaturas majoritárias e das candidaturas proporcionais do PCdoB deverão observar os requisitos legais para serem eleitos/as; ou seja, devem atender a estes requisitos de elegibilidade dispostos na Constituição Federal:

- Ter nacionalidade brasileira;
- Estar em pleno exercício dos direitos políticos;
- Ter alistamento eleitoral;
- Ter domicílio eleitoral na cidade em que pleiteará o cargo desde pelo menos o dia 04 de abril de 2022;
- Ser filiado ao Partido desde pelo menos 04 de abril de 2022;
- Ter a idade mínima de 21 (vinte e um) anos para disputar os cargos de prefeito e vice-prefeito, na data da posse;
- Ter pelo menos 18 (dezoito) anos para disputar o cargo de deputado(a) federal, estadual ou distrital, até o dia 15 de agosto de 2022.

12

ATENÇÃO

Só poderá concorrer às eleições, o/a candidato/a que tiver domicílio eleitoral no respectivo município, desde pelo menos o dia 4 de abril de 2022, data em que também deverá ter tido sua filiação deferida pelo Partido.

CAUSAS DE INELEGIBILIDADE

Além de atender ou preencher os requisitos de elegibilidade, cada candidato/a não poderá ter alguma das causas que impeçam sua eleição; ou seja, não pode ter nenhuma causa de inelegibilidade.

A seguir, a lista de causas de inelegibilidade previstas na Lei Complementar nº 94/1990. Ela é extensa, mas precisa ser observada rigorosamente para que nenhum/a candidato/a, que tenha incidido em qual quer uma delas, tente fazer o registro de candidatura antes de regularizar-se ou desincompatibilizar-se.

São inelegíveis:

- os estrangeiros;
- os conscritos, durante o serviço militar;
- os que não sabem se expressar em língua portuguesa;
- os que estão privados dos seus direitos políticos;
- os analfabetos;
- os que, no território de jurisdição do titular, sejam cônjuges, parentes consanguíneos ou afins, até o segundo grau ou por adoção, do prefeito ou de quem os haja substituído dentro dos 6 (seis) meses anteriores ao pleito, salvo se este candidato já seja titular de mandato eletivo e esteja concorrendo à reelreleição;
- o governador e o vice-governador de Estado e do Distrito Federal e o prefeito e o vice-prefeito que perderem seus cargos eletivos por infringência a dispositivo da Constituição Estadual, da Lei Orgânica do Distrito Federal ou da Lei Orgânica do Município, para as eleições que se realizarem durante o período remanescente e nos 8 (oito) anos subsequentes ao término do mandato para o qual tenham sido eleitos;
- os que tenham contra sua pessoa representação julgada procedente pela Justiça Eleitoral, em decisão transitada em julgado, ou proferida por órgão judicial colegiado, em processo de apuração de abuso do poder econômico ou político, para a eleição na qual concorrem ou tenham sido diplomados, bem como para as que se realizarem nos 8 (oito) anos seguintes;
- os que forem condenados, em decisão transitada em julgado ou proferida por órgão judicial colegiado, desde a condenação até o transcurso do prazo de 8 (oito) anos após o cumprimento da pena, pelos seguintes tipos de crimes: contra a economia popular, a fé pública, a administra-

ção pública e o patrimônio público; contra o patrimônio privado, o sistema financeiro, o mercado de capitais e os previstos na lei que regula a falência; contra o meio ambiente e a saúde pública; crimes eleitorais, para os quais a lei comine pena privativa de liberdade; crimes de abuso de autoridade, nos casos em que houver condenação à perda do cargo ou à inabilitação para o exercício de função pública; crimes de lavagem ou ocultação de bens, direitos e valores; crimes de tráfico de entorpecentes e drogas afins, racismo, tortura, terrorismo e hediondos; crime de redução à condição análoga à de escravo; crimes contra a vida e a dignidade sexual; e crimes praticados por organização criminosa, quadrilha ou bando;

- os que forem declarados indignos do oficialato, ou com ele incompatíveis, pelo prazo de 8 (oito) anos;
- os que tiverem suas contas relativas ao exercício de cargos ou funções públicas rejeitadas por irregularidade insanável que configure ato doloso de improbidade administrativa, e por decisão irrecorrível do órgão competente, salvo se esta houver sido suspensa ou anulada pelo Poder Judiciário, para as eleições que se realizarem nos 8 (oito) anos seguintes, contados a partir da data da decisão, aplicando-se o disposto no inciso II do art. 71 da Constituição Federal, a todos os ordenadores de despesa, sem exclusão de mandatários que houverem agido nessa condição;
- os detentores de cargo na administração pública direta, indireta ou fundacional, que beneficiarem a si ou a terceiros, pelo abuso do poder econômico ou político, que forem condenados em decisão transitada em julgado ou proferida por órgão judicial colegiado, para a eleição na qual concorrem ou tenham sido diplomados, bem como para as que se realizarem nos 8 (oito) anos seguintes;
- os que, em estabelecimentos de crédito, financiamento ou seguro, que tenham sido ou estejam sendo objeto de processo de liquidação judicial ou extrajudicial, tenham exercido, nos 12 (doze) meses anteriores à respectiva decretação, cargo ou função de direção, administração ou representação, enquanto não forem exonerados de qualquer responsabilidade;
- os que forem condenados, em decisão transitada em julgado ou proferida por órgão colegiado da Justiça Eleitoral, por corrupção eleitoral, por captação ilícita de sufrágio, por doação, captação ou gastos ilícitos de recursos de campanha ou por conduta vedada aos agentes públicos em campanhas eleitorais que impliquem cassação do registro ou do diploma, pelo prazo de 8 (oito) anos a contar da eleição;
- o presidente da República, o governador de Estado e do Distrito Federal, o Prefeito, os membros do Congresso Nacional, das Assembleias Legislativas, da Câmara Legislativa, das Câma-

ras Municipais, que renunciarem a seus mandatos desde o oferecimento de representação ou petição capaz de autorizar a abertura de processo por infringência a dispositivo da Constituição Federal, da Constituição Estadual, da Lei Orgânica do Distrito Federal ou da Lei Orgânica do Município, para as eleições que se realizarem durante o período remanescente do mandato para o qual foram eleitos e nos 8 (oito) anos subsequentes ao término da legislatura;

- os que forem condenados à suspensão dos direitos políticos, em decisão transitada em julgado ou proferida por órgão judicial colegiado, por ato doloso de improbidade administrativa que importe lesão ao patrimônio público e enriquecimento ilícito, desde a condenação ou o trânsito em julgado até o transcurso do prazo de 8 (oito) anos após o cumprimento da pena;
- os que forem excluídos do exercício da profissão, por decisão sancionatória do órgão profissional competente, em decorrência de infração ético-profissional, pelo prazo de 8 (oito) anos, salvo se o ato houver sido anulado ou suspenso pelo Poder Judiciário;
- os que forem condenados, em decisão transitada em julgado ou proferida por órgão judicial colegiado, em razão de terem desfeito ou simulado desfazer vínculo conjugal ou de união estável para evitar caracterização de inelegibilidade, pelo prazo de 8 (oito) anos após a decisão que reconhecer a fraude;
- os que forem demitidos do serviço público em decorrência de processo administrativo ou judicial, pelo prazo de 8 (oito) anos, contados a partir da data da decisão, salvo se o ato houver sido suspenso ou anulado pelo Poder Judiciário;
- a pessoa física e os dirigentes de pessoas jurídicas responsáveis por doações eleitorais tidas por ilegais por decisão transitada em julgado ou proferida por órgão colegiado da Justiça Eleitoral, pelo prazo de 8 (oito) anos após a data da decisão.
- os magistrados e os membros do Ministério Público que forem aposentados compulsoriamente por decisão sancionatória, que tenham perdido o cargo por sentença ou que tenham pedido exoneração ou aposentadoria voluntária na pendência de processo administrativo disciplinar, pelo prazo de 8 (oito) anos.

PARA GOVERNADOR(A) E VICE-GOVERNADOR(A):

- No que lhes for aplicável, por identidade de situações, os inelegíveis para os cargos de Presidente e Vice-Presidente da República, governador e vice-governador de Estado e do Distrito Federal, observado o prazo de 4 (quatro) meses para a desincompatibilização;

- os membros do Ministério Público e Defensoria Pública em exercício na Comarca, nos 4 (quatro) meses anteriores ao pleito, sem prejuízo dos vencimentos integrais;
- as autoridades policiais, civis ou militares, com exercício no Município, nos 4 (quatro) meses anteriores ao pleito;

PARA A CÂMARA DOS DEPUTADOS E ASSEMBLEIAS LEGISLATIVAS E CÂMARA LEGISLATIVA DO DISTRITO FEDERAL:

- No que lhes for aplicável, por identidade de situações, os inelegíveis para o Senado Federal e para a Câmara dos Deputados, observado o prazo de 6 (seis) meses para a desincompatibilização;
- Em cada Estado, os inelegíveis para os cargos de prefeito e vice-prefeito, observado o prazo de 6 (seis) meses para a desincompatibilização.

Para concorrer a outros cargos, o presidente da República, os governadores de estado e do Distrito Federal e os governadores devem renunciar aos respectivos mandatos até 6 (seis) meses antes da data do pleito.

O vice-presidente, o vice-governador e o vice-prefeito poderão candidatar-se a outros cargos, preservando os seus mandatos respectivos, desde que, nos últimos 6 (seis) meses anteriores ao pleito, não tenham sucedido ou substituído o titular.

Os governadores e quem os houver sucedido ou substituído no curso dos mandatos poderão ser reeleitos para um único período subsequente;

Os governadores reeleitos não poderão se candidatar, na eleição subsequente, aos respectivos cargos de vice. Os governadores reeleitos não poderão se candidatar, na eleição subsequente, a outro cargo da mesma natureza, ainda que em circunscrição diversa.

Para concorrer a outros cargos, os governadores devem renunciar aos respectivos mandatos até 6 (seis) meses antes do pleito.

ATENÇÃO

É muito importante que cada Comitê partidário e da Federação organize uma equipe, com apoio jurídico de um/a advogado/a, sob a responsabilidade da Secretaria de Organização, para que cada pré-candidato/a possa se informar, expor e comprovar previamente ao Comitê Estadual, que:

1º) preenche todos os requisitos de elegibilidade;

2º) não tem qualquer causa de inelegibilidade incidindo sobre sua pessoa.

Esta verificação prévia é a única e a melhor forma para que ninguém seja surpreendido/a no processo de registro de candidaturas, com eventual impugnação, ou mesmo decisão indeferindo o registro da candidatura, circunstância que exigirá intenso e tenso trabalho da candidatura, com apoio de advogado/a, para se defender, recorrer ao TRE e até ao TSE, acarretando muita preocupação e prejuízo para o bom desempenho da campanha eleitoral.

Sobre o número a ser atribuído aos/às candidatos/as e número da legenda partidária

A identificação numérica dos/as candidatos/as será realizada na Convenção partidária e observará os seguintes critérios:

Os/As candidato(a)s a governador(a) e vice concorrerão com o número 65, se forem filia-dos/as ao PCdoB;

Os/As candidato(a)s a parlamentar estadual ou distrital do PCdoB, concorrerão com o número 65 acrescido de três algarismos à direita. Os/As candidatos(a)s a parlamentar federal concorrerão com o número 65 acrescido de dois algarismos à direita.

Esta identificação numérica será determinada por sorteio, ressalvado o direito de preferência dos/as candidatos/as que concorrem ao mesmo cargo dentro do Partido, ou que já sejam detentores/as de mandato de parlamentar, podendo estes/as manterem os números que lhes foram atribuídos na eleição anterior. No caso de candidatos/as que possuem mandato, também é facultado o direito de requerer novo número ao órgão de direção do Partido.

No caso das candidaturas aos cargos de governador e vice-governador, o Partido, a Federação ou a coligação, se for o caso, poderão pedir o registro de até uma candidatura por estado.

No caso das candidaturas para as Casas do Poder Legislativo, o Partido ou a Federação poderão registrar candidatos no total de até 100% (cento por cento) mais 1 (um), do número de vagas existentes na respectiva Casa Legislativa.

Destas candidaturas, deverá ser respeitado o percentual mínimo de 30% e o máximo de 70% das vagas para cada gênero (gênero declarado no cadastro eleitoral). Este cálculo de proporção é feito sobre o número de vagas efetivamente requeridas.

Quando as convenções para a escolha de candidatos/as não indicarem o número máximo permitido de candidaturas, os órgãos de direção do Partido poderão preencher as vagas remanescentes, requerendo o registro até 30 (trinta) dias antes da data do pleito

REGISTRO DE CANDIDATURAS

Os partidos políticos, as Federações de Partidos e as coligações solicitarão à Justiça Eleitoral o registro de seus/suas candidatos/ as até as 19 (dezenove) horas do dia 15 de agosto de 2022. Estes pedidos de registro serão apresentados nos juízos eleitorais para os cargos de prefeito, vice-prefeito e parlamentar.

O registro de candidatos/as a prefeito e vice-prefeito se fará sempre em chapa única e indivisível, ainda que resulte da indicação de coligação.

O pedido será elaborado no CANDex, disponível nos sítios eletrônicos dos tribunais eleitorais. A apresentação do DRAP e do RRC se fará mediante transmissão pela internet, até as 23h59, do dia 14 de agosto do ano da eleição; ou entrega em mídia, à Justiça Eleitoral, até as 19 horas do dia 15 de agosto.

Os pedidos de registro serão compostos pelos seguintes formulários gerados pelo CANDex:

- Demonstrativo de Regularidade de Atos Partidários (DRAP);
- Requerimento de Registro de Candidatura (RRC);
- Requerimento de Registro de Candidatura Individual (RRCI).
- Os formulários assinados deverão ficar sob a guarda dos respectivos partidos políticos, ou, sendo o caso, do representante da coligação, até o término do prazo decadencial (180 dias a partir da data da diplomação), para propositura das ações eleitorais; permanecendo a obrigação em caso de ajuizamento de ação que verse sobre a validade do DRAP, a vera-

cidade das candidaturas, ou outros fatos havidos na Convenção partidária, até o respectivo trânsito em julgado.

No caso de não atendimento das exigências, não será dada autorização para requerimento de candidatura e o RRC não será conhecido.

ATENÇÃO

O não conhecimento do RRC poderá alterar o cálculo dos percentuais referentes às candidaturas femininas e masculinas!

Quando não houver coligação, o pedido de registro deverá ser assinado pelo/a presidente do órgão de direção nacional, estadual ou municipal, ou ainda por delegado/a registrado/a no SGIP.

Quando houver coligação, o pedido de registro deverá ser assinado pelos/as presidentes dos partidos políticos coligados, ou por seus/suas delegados/as ou pela maioria dos membros dos respectivos órgãos executivos de direção. Pode ser assinado também por representante designado/a.

Em todos esses casos, os/as subscritores são alternativos/as uns/umas aos/às outros/as e deverão informar, no CANDex, os números de seu título de eleitor e CPF.

Cada cargo pleiteado deverá ser registrado através de um formulário DRAP preenchido pelo Partido, do qual deverão constar as seguintes informações: cargo pleiteado, nome e sigla do partido político.

Quando se tratar de pedido de registro de coligação majoritária, deverá conter: nome da coligação e siglas dos partidos que a compõem; nome, CPF e número do título eleitoral de seu/sua representante e de seus/suas delegados/as; datas das convenções; telefone móvel que disponha de aplicativo de mensagens instantâneas para citações, intimações, notificações e comunicações da Justiça Eleitoral; endereço de e-mail para recebimento de citações, intimações, notificações e comunicações da Justiça Eleitoral; endereço completo para recebimento de citações, intimações, notificações e comunicações da Justiça Eleitoral; endereço do comitê central de campanha; telefone fixo; lista com nome e número dos/as candidatos/as; declaração de ciência do partido ou coligação de que lhe incumbe acessar o mural eletrônico e os telefones móveis, e-mails e notificações para verificar o recebimento de citações, intimações, notificações e comunicações da Justiça Eleitoral, responsabilizando-se, ainda, por manter atualizadas as informações relativas àqueles

meios; endereço eletrônico do sítio do partido ou da coligação, ou de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas, caso já existentes.

O formulário RRC deve ser preenchido com as seguintes informações:

- Dados pessoais: inscrição eleitoral, nome completo ou, se houver, nome social declarado no Cadastro Eleitoral, data de nascimento, unidade da Federação e município de nascimento, nacionalidade, gênero, cor ou raça, se pessoa com deficiência e qual o tipo, estado civil, ocupação, grau de instrução, indicação de ocupação de cargo em comissão ou função comissionada na administração pública, número da carteira de identidade com o órgão expedidor e a unidade da Federação, número de registro no Cadastro de Pessoa Física (CPF);

- Dados para contato: telefone móvel que disponha de aplicativo de mensagens instantâneas, endereço eletrônico e endereço completo para recebimento de citações, intimações, notificações e comunicações da Justiça Eleitoral, telefone fixo, endereço do comitê central de campanha e endereço fiscal para atribuição de CNPJ;

- Dados do candidato: partido político, cargo pleiteado, número do candidato, nome para constar da urna eletrônica, informação se é candidato à reeleição, qual cargo eletivo que ocupa e a quais eleições já concorreu;

- Declaração de ciência do candidato de que deverá prestar contas à Justiça Eleitoral, ainda que haja renúncia, desistência, substituição, indeferimento, cassação ou cancelamento do registro;

- Declaração de ciência de que os dados e documentos relativos a seu registro serão divulgados no sítio do Tribunal Superior Eleitoral e tribunais regionais eleitorais;

- Autorização do candidato ao partido ou coligação para concorrer;

- Declaração de ciência do candidato de que lhe incumbe acessar o mural eletrônico e outros meios de contato que tiver fornecido para verificar o recebimento de citações, intimações, notificações e comunicações da Justiça Eleitoral;

- Endereço eletrônico do sítio do candidato, ou de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas, caso já existentes.

- Esse formulário pode ser assinado por procurador/a constituído/a por instrumento particular, com poder específico para o ato.

O nome para constar da urna eletrônica terá no máximo 30 (trinta) caracteres, incluindo-se o espaço entre os nomes, podendo ser prenome, sobrenome, cognome, nome abreviado, apelido ou nome pelo qual o/a candidato/a é mais conhecido/a, desde que não se estabeleça dúvida quanto a sua identidade, não atente contra o pudor e não seja ridículo ou irreverente.

CANDIDATURAS PROMOVIDAS COLETIVAMENTE

O TSE, no § 2º do artigo 25, de sua Resolução nº 23.609/2019, incluído pela Resolução TSE nº 23.675, de 16 de dezembro de 2021, acrescentou a possibilidade de as candidaturas comporem sua denominação para a urna, com o “nome pelo qual se identifica individualmente a designação do grupo ou coletivo social que apoia sua candidatura, respeitado o limite máximo de caracteres”.

Trata-se de uma novidade, que tem sido objeto de prática e reivindicação de vários segmentos sociais, que resolvem, por identidade própria, apresentar uma candidatura que expresse um projeto coletivo, seja de que natureza for. Uma candidatura que tenha identidade e compromisso com uma causa, uma determinada comunidade. Uma candidatura que defenda e tenha compromisso com os direitos das mulheres. Ou uma candidatura que defenda e tenha compromisso com a defesa dos direitos dos Povos Indígenas, dos/as negros/as, de cidadãos e cidadãs LGBTQIA+, ou a causa ambiental, ou a defesa das universidades, dos trabalhadores e trabalhadoras de determinado ramo de atividade, ou dos setores sindicalizados, enfim, qualquer causa, questão, grupo social, comunidade, interesses, que congreguem pessoas que se somem em torno de uma candidata ou um candidato, poderão expressar essa identidade, com somatório legítimo da participação de todos e de todas, na denominação da candidatura promovida, ou construída coletivamente.

Um passo futuro decorrente da candidatura, com denominação expressando um projeto coletivo, poderá vir a ser que todas e todos que se somem e construam uma candidatura efetivamente coletiva, possa ser igualmente eleitas/os, diplomadas/os, empossadas/os, de forma que possam exercer o mandato parlamentar, de forma coletiva, cada uma e cada um assumindo o exercício do mandato, pelo tempo que as/os integrantes do mandato resolverem. Mas esta será uma questão a ser tratada, possivelmente, a partir de emenda constitucional e novas adequações legislativas.

ATENÇÃO

Além da declaração formal, no RCC, é imprescindível que o/a candidato/a realmente preste contas, mesmo que tenha sido candidato/a apenas por um único dia! Se a Prestação de Contas não for apresentada à Justiça Eleitoral, no prazo de 30 (trinta) dias da data das eleições, o/a candidato/a ficará sem quitação eleitoral pelo período correspondente ao mandato do cargo eletivo, para o qual concorreu.

O formulário RRC deve ser apresentado com os seguintes documentos anexados ao CANDex:

- Relação atual de bens, preenchida no Sistema CANDex. Esta relação pode ser assinada por procurador/a com poderes específicos.
- Fotografia recente do/a candidato/a, inclusive dos/as candidatos/as a vice e suplentes. As fotografias deverão ter a dimensão de 161 X 225 pixels (L X A), sem moldura, profundidade de cor de 24bpp; ser preferencialmente colorida, com cor de fundo uniforme; ter como características: frontal (busto), com trajes adequados para fotografia oficial, assegurada a utilização de indumentária e pintura corporal étnicas ou religiosas, bem como de acessórios necessários à pessoa com deficiência; não utilizar elementos cênicos e de outros adornos, especialmente os que tenham conotação de propaganda eleitoral ou que induzam ou dificultem o reconhecimento do/a candidato/a pelo/a eleitor/a.
- Certidões criminais para fins eleitorais fornecidas pela Justiça Federal de 1º e 2º graus da circunscrição na qual o candidato tenha o seu domicílio eleitoral; pela Justiça Estadual de 1º e 2º graus da circunscrição na qual o candidato tenha o seu domicílio eleitoral; pelos tribunais competentes, quando os candidatos gozarem de foro por prerrogativa de função; Quando as certidões criminais forem positivas, o RRC também deverá ser instruído com as respectivas certidões de objeto e pé atualizadas de cada um dos processos indicados, bem como das certidões de execuções criminais, quando for o caso.
- Prova de alfabetização.
- Prova de desincompatibilização, quando for o caso.
- Cópia de documento oficial de identificação.
- Propostas defendidas no caso de candidatura a prefeito.

Na hipótese de o Partido ou a coligação não requerer o registro de algum de seus/suas candidatos/as, estes/as podem fazê-lo no prazo máximo de 2 (dois) dias seguintes à data da publicação do edital de candidatos do partido ou coligação no Diário da Justiça Eletrônico. Neste caso, deverá ser feito através de preenchimento do formulário RRCI instruído com as mesmas informações e os mesmos documentos necessários ao preenchimento do RRC.

O formulário RRCI também é elaborado no Sistema CANDex e gravado em mídia que deverá ser apresentada e entregue à Justiça Eleitoral, até dois após a data da publicação do edital de candidatos, até as 19 (dezenove) horas do dia de prazo final.

ATENÇÃO

O partido político ou, sendo o caso, o representante da coligação e o/a candidato/a devem manter em sua posse uma via impressa da relação de bens assinada, até o término do prazo decadencial para propositura das ações eleitorais (180 dias após a diplomação); permanecendo a obrigação em caso de ajuizamento de ação que discuta a licitude da arrecadação de recursos de campanha, a prática de abuso do poder econômico ou a corrupção, até o respectivo trânsito em julgado.

É importante atender aos requisitos relativos à fotografia, pois havendo indícios de que esta foi obtida pelo partido ou coligação, a partir de imagem disponível na internet, sua divulgação ficará suspensa! Neste caso, a conclusão pela ausência de autorização para o requerimento da candidatura acarretará o não conhecimento do RRC respectivo, o qual deixará de ser considerado para todos os fins, inclusive cálculo dos percentuais para as candidaturas femininas e masculinas.

COMUNICAÇÃO: PRÉ-CAMPANHA E CAMPANHA

PRÉ-CAMPANHA

A pré-campanha tem relevância semelhante à da campanha eleitoral propriamente dita. Dessa forma, deve-se intensificar a pré-campanha dos/as candidatos/as, com iniciativas constantes. Fazer o máximo de contatos, organizar núcleos de apoio, participar de debates, reuniões e encontros, presenciais e virtuais, incentivar o engajamento nas redes sociais, compartilhamento de informações de ações, organizar lançamentos da pré-candidatura são algumas das ações possíveis.

Os meios de comunicação virtuais podem e devem ser utilizados em sua plenitude. As redes sociais, os aplicativos de mensagens e os sites do PCdoB, no estado (multisite), serão também importantes fontes e instrumentos de divulgação de conteúdo.

Juntos, vamos fazer e colher grandes êxitos nesta campanha!

Regras da Comunicação 2022

As normas que tratam das atividades que não são consideradas propaganda antecipada, que se entende como pré-campanha, não foram alteradas desde 2017, quando foi incluída a possibilidade de campanha para arrecadação prévia na modalidade de “financiamento coletivo por meio de sítios na internet, aplicativos eletrônicos e outros recursos similares” (vaquinha ou crowdfunding).

O artigo 36-A, da Lei Eleitoral (nº 9.504/1997), trata das atividades que podem ser realizadas pelas pessoas interessadas em se candidatar, que não são consideradas como campanha eleitoral antecipada ou extemporânea, pois ocorrem antes que sejam escolhidas como candidatas na Convenção Eleitoral do Partido e, a partir de 2022, pelas Federações de Partidos Políticos, como a Federação Brasil da Esperança (FE Brasil), constituída pelo PCdoB, o PT e o PV.

A pré-campanha, na realidade, não tem início definido na lei e pode começar quando uma eleição termina. No entanto, esse período que passou a ser conhecido como de pré-campanha termina um dia antes ao qual a lei eleitoral permite a realização de campanha eleitoral. Neste ano, 16 de agosto de 2022.

Em relação a essas atividades, as únicas proibições consistem em:

- pedido explícito de voto; e
- campanha que veicule conteúdo eleitoral em local vedado, ou por meio, forma ou instrumento proscrito no período de campanha.

Assim, é permitido divulgar posicionamentos políticos e ideias.

A jurisprudência do TSE tem admitido o impulsionamento de manifestações de pré-candidatos/as, nas redes sociais, desde que respeitada a vedação de pedido explícito de votos e sendo custeado pelo/a próprio/a pré-candidato/a. Isto pode ajudar a aumentar o alcance das pré-candidaturas.

Em relação à possibilidade de utilização de recursos do Fundo Partidário pelos Partidos Políticos, para impulsionamento de conteúdos em plataformas, programas ou aplicativos de comunicação em rede social, com a vigência:

- da Lei nº 13.488, de 06/10/2017, o artigo 57-C, da Lei 9.504/1997 foi alterado, passando a ser expressamente admitido o impulsionamento de conteúdo na internet, embora outras formas de propaganda paga na internet continuem proibidas (AgR-AI nº 0600091-24.2018.6.03.0000/AP, Relator Min. Luís Roberto Barroso, julgado em 17/10/2019, Acórdão publicado no DJE de 05/02/2022);
- da Lei nº 14.291, de 3 de janeiro de 2022, a redação do inciso XI, do artigo 44, da Lei 9.096/1995, foi alterada, passando a prever ser possível: “nos anos de eleição, no período desde o início do prazo das convenções partidárias até a data do pleito”. Isto significa que o período de vedação foi alterado, para começar no dia 20 de julho. Esta data é considerada, pela Justiça Eleitoral, como a data inicial do processo eleitoral. Além disso, sendo norma de direito partidário, não implica alteração de norma do processo eleitoral, não estando submetida à anualidade prevista no art. 16 da Constituição. Portanto está em vigor.

A realização de ações, atos e reuniões pode proporcionar grande contribuição para que a pessoa interessada em se candidatar seja conhecida pelos eleitores e eleitoras.

Atenção

A divulgação da condição de pré-candidato/a não configura propaganda eleitoral antecipada. Ou seja, de acordo com a Lei Eleitoral, NÃO configura propaganda eleitoral antecipada:

- a menção à pretensa candidatura;
- a exaltação das qualidades pessoais dos/as pré-candidatos/as;
- a participação de pré-candidatos/as em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, observado o dever, pelas emissoras de rádio e de televisão, de conferir tratamento isonômico.

Que fique claro: Em todos esses casos, fica proibido fazer o pedido explícito de voto.

PERÍODO DA PRÉ-CAMPANHA – O QUE FAZER?

Como já dito, a pré-campanha é o estágio anterior ao período que a lei determina como campanha eleitoral (de 16-08-2022 a 1º-10-2022). Assim, até o dia 15 de agosto, além das atividades que podem ser realizadas sem que se caracterize propaganda eleitoral antecipada, o partido e os/as pré-candidatos/as têm oportunidade para planejar e organizar a pré-campanha e divulgar suas opiniões e posições sobre temas de interesse da comunidade.

Na atual quadra, a internet será o principal meio para difundir a pré-candidatura.

Para isso, são sugeridas as seguintes ações:

- pedir apoio político, divulgar a pré-candidatura, realizar ações políticas, participar de entrevistas, programas, debates e encontros presenciais e virtuais;
- preparar a sua rede de contatos telefônicos e de e-mail, criar e aperfeiçoar as páginas virtuais nas redes sociais partidárias, bem como nas dos/as pré-candidatos/as;
- aumentar o número de seguidores/as em suas páginas e a visualização de conteúdo; ampliar a rede de apoiadores em aplicativo de comunicação direta como WhatsApp e Telegram; e criar mecanismos de distribuição de material de campanha virtuais – tudo até 15 de agosto, a data-limite;
- divulgar o posicionamento pessoal de pré-candidato/a sobre questões políticas, das ações políticas desenvolvidas e das que se pretende desenvolver, inclusive em redes sociais, blogs, sites e aplicativos (APPs), como posicionamentos políticos, com críticas, elogios ou apoio a atividades do governo municipal, do governo estadual e do governo federal, que interessem aos cidadãos e às cidadãs, que são eleitores/as;
- realizar prévias partidárias e a respectiva distribuição de material informativo, a divulgação do nome dos/as filiados/as que participarão da disputa e a realização de debates entre os/as pré-candidatos/as;
- propaganda interna, nos partidos, 15 (quinze) dias antes da data da convenção que escolherá os/as candidatos/as (vedado o uso de rádio, televisão e outdoor);
- contratação de pessoas (apoiadores) para planejamento e execução da pré-campanha, desde que não tenha o objetivo de pedir votos.

Outras ações que, na medida do possível, podem ser realizadas nesse período:

DIVULGAÇÃO

É permitida a divulgação, nos mais diversos meios de comunicação e mídias, na internet, nas redes sociais, de:

- Manifestação de pretensão de candidatura (comentários sobre a pré-candidatura).
- Promoção das qualidades pessoais dos/as pré-candidatos/as.
- Divulgação de plataformas e projetos políticos e de governo.
- Pedido de apoio político.
- Divulgação da pré-candidatura.
- Divulgação das ações políticas desenvolvidas.
- Divulgação das ações políticas que se pretende desenvolver.
- Divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, para aqueles/as que exercem mandato parlamentar.
- Divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, principalmente nas redes sociais (cotidianamente).
- Impulsionar estes conteúdos na rede social do partido (estadual e municipal) e do/a pré-candidato/a.

CUSTEIO DAS ATIVIDADES NA PRÉ-CAMPANHA

As atividades previstas no artigo 36-A, da Lei 9.504/1997, não consideradas propaganda eleitoral antecipada – que passou a ser concebida como pré-campanha –, com exceção de algumas, que expressamente devem ser custeadas pelos partidos políticos, todas as demais atividades relacionadas nos incisos do referido artigo 36-A, da Lei das Eleições, podem e devem ser custeadas pelas pessoas que se dispõem a assumir sua pré-candidatura a cargo eletivo.

A pessoa que se dispuser a assumir sua pré-candidatura a cargo eletivo pode receber contribuições ou doações de quaisquer pessoas, para que as atividades previstas como pré-campanha possam ser realizadas.

A *“participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, observado pelas emissoras de rádio e de televisão o dever de conferir tratamento isonômico”*,

como “a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais”, sendo desenvolvido de forma sistemática, com “a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos (...) que poderão ter cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via internet”, implica a possibilidade de divulgação da pessoa que pretenda se candidatar.

Para que isso ocorra de forma eficaz, compreende-se que a pessoa deva ser acompanhada e apoiada por profissionais, em especial da área da comunicação, inclusive em redes sociais. Conseqüentemente, contratar o serviço de pessoas e serviços, como contas em redes sociais, custeio de deslocamentos, secretaria e apoio administrativo, para organização de agendas e encontros, implicam custos financeiros que, mediante orçamento previamente elaborado, podem dimensionar o valor das atividades, no decorrer de um determinado período de um ou dois anos, ou mais; naturalmente, antes do início do período legalmente previsto para a realização das campanhas eleitorais.

E, desta forma, será possível à pessoa – ou mesmo às pessoas, que apoiam e acreditam nesse projeto – conseguir arrecadar contribuições e colaborações, sem a necessidade de prestar contas a quem quer que seja.

E os eventuais recursos financeiros arrecadados no período da pré-campanha podem ser depositados em conta corrente, cujo/a titular seja a/o pré-candidata/o, ou outra pessoa, ou outras pessoas de sua confiança.

A legislação não prevê que as receitas e as despesas no período de pré-campanha sejam objeto de prestação de contas, ou fiscalização pela Justiça Eleitoral.

O que a Justiça Eleitoral, por expressa disposição legal, não permite no período da pré-campanha é que haja pedido explícito de voto.

Mas, se por outro lado, caso as atividades da pré-campanha sejam custeadas e assumidas pelo partido ao qual a pessoa está filiada, estas despesas serão objeto de fiscalização na prestação de contas do partido, sujeitas às normas previstas na Resolução TSE nº 23.604/2019.

No período da pré-campanha, nenhum/a filiado/a, que tenha assumido sua pré-candidatura a cargo eletivo, pode receber recursos do Fundo Partidário.

Somente os/as candidatos/as, depois de terem requerido o registro de sua candidatura, nas eleições deste ano, nos TREs e no TSE; obtido a inscrição de sua candidatura no CNPJ; ter aberto conta bancária; e ter recibos eleitorais, poderão receber do partido pelo qual se candidatarão recursos do Fundo Partidário (FP) e do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC).

ORGANIZAÇÃO DA FUTURA CAMPANHA ELEITORAL

A pré-campanha é também um período muito importante para a estruturação, o planejamento e a organização da futura campanha eleitoral.

Definir o cronograma da campanha, os responsáveis para cada área e escolher a equipe que cuidará da comunicação são algumas das tarefas que devem ser realizadas nessa fase.

Todo posicionamento político, e conseqüentemente de comunicação, é elaborado nesse período.

Daí que dominar o quadro político da disputa e a situação dos/as demais candidatos/as é fundamental para se ter uma correta avaliação da correlação de forças e do potencial da candidatura, delineando os movimentos necessários para a superação de eventuais debilidades na disputa.

É o momento de elaboração do programa dos/as candidatos/as.

É indispensável conhecer qual tema local irá polarizar a campanha.

TAREFAS BÁSICAS DA COMUNICAÇÃO

- Constituir um comando mínimo de campanha, no qual a comunicação esteja inserida, bem como os necessários apoios jurídico, contábil e administrativo.
- Contatar e escolher profissionais de comunicação, mídias sociais (produção de conteúdo, divulgação, análise de dados).
- Constituir e unificar a base de contatos e separá-los por segmentos.
- Montar acervos com fotos da vida política anterior do/a pré-candidato/a, inclusive vídeos (quando houver) e entrevistas.
- Articular para que o/a pré-candidato/a ocupe espaço na mídia, com entrevistas, artigos, reportagens em jornais e programas de rádio, TV e internet.
- Elaborar e executar tarefas para aumentar o número de seguidores nas páginas e nos perfis do/a candidato/a nas redes sociais.
- Consolidar o segmento que apoia o/a candidato/a, direcionando todo o trabalho inicial a este segmento e a suas características.

APRESENTAÇÃO DO/A CANDIDATO/A

A apresentação e divulgação do/a pré-candidato/a e a sua opinião são essenciais na fase conhecida como pré-campanha que, na realidade, é constituída pelas atividades não consideradas propaganda eleitoral antecipada.

As pessoas, principalmente da base de possíveis apoiadores, podem até conhecer o/a candidato/a, mas, além disso, precisam saber de sua disposição em se candidatar a parlamentar ou a cargo eletivo pelo sistema majoritário e qual a sua opinião sobre os diversos assuntos que preocupam e interessam aos eleitores.

É importante que sejam apenas expostas as principais características e qualidades dos/as candidatos/as, ou seja, que não se crie deles/as uma imagem falsa.

Importante reiterar: não poderá pedir voto de forma explícita, ou mesmo de forma dissimulada, como a utilização de frases que possam ser interpretadas como indução, ou apelo à confiança do eleitor ou eleitora no/a pré-candidato/a, no dia das eleições, ou na próxima legislatura, ou nos próximos quatro anos. Estas formas, que alguns consideram possível, já que não há pedido explícito de votos, têm sido consideradas, por diversos Tribunais Regionais Eleitorais e em muitos casos pelo Tribunal Superior Eleitoral, como forma dissimulada de pedido explícito de votos, acarretando a condenação ao pagamento de multa.

30

CROWDFUNDING (de 15 de maio de 2022 a 1 de outubro de 2022)

Na pré-campanha já é possível fazer arrecadação financeira coletiva virtual – a chamada Vaquinha on line – como doação prévia de recursos que somente poderão ser utilizados no período legalmente permitido para realização de campanha eleitoral (16-08-2022 a 1º-10-2022), após o/a candidato/a ter sua inscrição no CNPJ, ter aberto sua conta bancária e ter obtido seu lote de recibos eleitorais, de forma que tenha condições de adquirir o recurso arrecadado previamente e emitir recibo eleitoral.

Com as implicações da Lei para a realização desse projeto, é importante que o comando esteja a cargo da coordenação de Finanças (leia o conteúdo de Finanças neste Guia).

CALENDÁRIO ELEITORAL 2022

- 15 de maio: permitida arrecadação financeira coletiva virtual (crowdfunding).
- 20 de julho a 5 de agosto: período de Convenções Eleitorais.
- 14 de agosto (sexta-feira): último dia para transmissão do pedido de registros de candidaturas, via internet, até as 23h59.

- 15 de agosto: último dia para os partidos e coligações apresentarem o requerimento do pedido de registro dos/as seus/suas candidatos/as.

FIM DA PRÉ-CAMPANHA.

16 de agosto (domingo): Início da CAMPANHA ELEITORAL

Propaganda eleitoral é permitida a partir desta data.

- 26 de agosto a 29 de setembro: horário eleitoral gratuito em rádio e televisão passa a ser veiculado.
- 30 de setembro: até esta data, são permitidas a divulgação paga, na imprensa escrita, de propaganda eleitoral e a reprodução, na internet, de jornal impresso com propaganda relativa ao primeiro turno.
- 1º de outubro: Prazo final permitido para distribuição de santinhos e fazer carreatas e passeatas. Último dia para os/as candidatos/as, partidos políticos apresentarem sua respectiva Prestações de Contas ao Juízo Eleitoral, referente ao primeiro turno das eleições municipais.
- 2 de outubro: data do primeiro turno de votação.
- 30 de outubro: data do segundo turno.
- 18 de dezembro: diplomação dos/as eleitos/as.

Para mais informações, consulte o calendário completo disponível neste endereço eletrônico do Tribunal Superior Eleitoral (TSE): <http://www.tse.jus.br/eleicoes/calendario-eleitoral/calendario-eleitoral>

Mas é importante ter presente que o/a candidato/a só poderá contratar despesas para a realização de sua campanha eleitoral, após:

- o pedido de registro de sua candidatura ter sido protocolado na justiça eleitoral, na eleição deste ano, no Tribunal Regional Eleitoral e no Tribunal Superior Eleitoral;
- já ter sua candidatura inscrita no CNPJ pela Receita Federal;
- ter sido aberta uma conta corrente em Banco; e
- ter obtido os recibos eleitorais para arrecadar recursos financeiros.

Atenção

O/a candidato/a deverá informar à Justiça Eleitoral os seus endereços eletrônicos (e-mails), páginas e/ou perfil nas redes sociais, blogs, sites e número telefônico para envio de mensagens diretas (WhatsApp e Telegram). Podem ser mantidos os mesmos endereços eletrônicos de antes do início da campanha eleitoral, ou informados os que tiverem sido criados depois disso.

PLANO DE AÇÃO DA COMUNICAÇÃO

- Deve-se desenhar o projeto de comunicação de acordo com o perfil do/a candidato/a e o cargo pretendido.
- As ideias e propostas da campanha devem refletir as reais necessidades do eleitor, por isso, é importante acertar com clareza o que o/a candidato/a pretende e pode fazer.
- É importante definir sua base eleitoral e atuar com maior ênfase nela;
- Identificar as oportunidades para posicionamento de opiniões, da participação, confecção e distribuição de cada material.

REGRAS DA PROPAGANDA ELEITORAL

As regras eleitorais que valerão para o pleito de 2022, referentes à Propaganda Eleitoral, constam na Resolução do TSE de nº 23.610/2019, que dispõe sobre a propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral, e reproduz o disposto no artigo 36-A, da Lei nº 9.504/1997, que trata da pré-campanha.

O segundo capítulo desta resolução trata da “propaganda em geral”, ou seja, de todo meio de comunicação empregado na campanha, seja no material impresso, seja na internet, na TV, seja no rádio.

E o artigo 10 dessa resolução estabelece que: “A propaganda, qualquer que seja sua forma ou modalidade, mencionará sempre a legenda partidária e só poderá ser feita em língua nacional, não devendo empregar meios publicitários destinados a criar, artificialmente, na opinião pública, estados mentais, emocionais ou passionais”

É bom ficar atento/a, já que o inciso segundo desse artigo prevê que “a Justiça Eleitoral adotará medidas para impedir ou fazer cessar imediatamente a propaganda realizada com infração do disposto neste artigo”.

É importante saber também que, em qualquer meio de propaganda, no que trata de coligação ou Federação de Partidos, na eleição majoritária, deverá aparecer, “obrigatoriamente, sob a sua denominação, as legendas de todos os partidos políticos que a integram (Lei nº 9.504/1997, art. 6º, § 2º)”. No caso de coligação integrada por Federação partidária, deve constar da propaganda o nome da federação e de todos os partidos políticos que dela participam, inclusive daqueles reunidos em Federação.

Na propaganda “dos candidatos a cargo majoritário deverão constar também os nomes dos candidatos a vice” conforme a lei, “de modo claro e legível, em tamanho não inferior a 30% (trinta por cento) do nome do titular”.

O parágrafo único do artigo 12, da Resolução TSE nº 23.610/2019, dispõe que a verificação do tamanho previsto no caput deste artigo 12, será realizada “de acordo com a proporção entre os tamanhos das fontes (altura e comprimento das letras) empregadas na grafia dos nomes dos candidatos, sem prejuízo da aferição da legibilidade e da clareza”.

FASES DA CAMPANHA

Cada fase da campanha corresponde a desafios e tarefas específicos. É preciso ter o ritmo adequado para cada uma delas, com o risco de nos faltar fôlego na reta final, por termos acelerado demais no início, ou não termos acumulado força suficiente para realizar os movimentos decisivos no final da campanha.

Campanha eleitoral requer ousadia e dedicação, mas não comporta idealizações. Portanto, devemos realizá-la explorando ao máximo nossas reais capacidades políticas, materiais e financeiras. Daí é fundamental observar atentamente as iniciativas em cada uma de suas fases, de acordo com o planejamento previamente realizado.

1ª Fase – Lançamento e ampliação

Nesta fase, a campanha já terá sido iniciada oficialmente. O/A candidato/a já se apresenta como tal,

pedindo abertamente o voto. É o momento de apresentação da candidatura de forma massiva.

- Atividades de lançamento da candidatura.
- Ampla divulgação do programa do/a candidato/a.
- Preparação de materiais específicos para áreas e setores de ampliação.
- Amarração de apoiadores.
- Formação dos comitês domiciliares (apoiadores).

2ª Fase – Expansão

É a fase do rádio e da TV. O esforço da equipe de comunicação se concentra nesse importante instrumento de campanha. É o momento da ampla massificação. E a coordenação de uma agenda diária de atividades, pensada estrategicamente, é fundamental.

3ª Fase – Explosão e reta final

A preparação da fase final deve ocorrer ao longo de toda a campanha e uma preocupação central da coordenação. Garantir que o eleitor chegue à sessão eleitoral com o nome e o número do/a candidato/a é um dos objetivos principais desta fase.

Há uma tendência do eleitor de decidir seu voto a poucos dias da eleição, em especial em relação às candidaturas proporcionais (deputados/as estaduais e federais). Por isso, é importante planejar bem os recursos materiais, humanos e financeiros para que a campanha mantenha e até aumente seu ritmo nesta etapa. Não pode faltar material de campanha, muita ação de divulgação nas redes sociais e nas ruas, neste caso garantindo a presença da candidatura nos principais pontos de apoio.

MOTE DA CAMPANHA

A partir da identificação da marca da campanha e de uma plataforma de propostas, a comunicação tem que destrinchar essas informações para serem amplamente divulgadas aos eleitores. A apresentação do/a candidato/a é essencial nas primeiras fases. As pessoas, principalmente da base de apoiadores, podem até conhecer o/a candidato/a, mas, além disso, precisam saber de sua candidatura.

APRESENTAÇÃO DO/A CANDIDATO/A

Os materiais de apresentação a ser utilizados nas primeiras fases da campanha precisam ter uma boa biografia do/a candidato/a, que destaque as suas principais ações públicas, uma boa foto, uma lista de propostas e uma posição política do/a candidato/a diante do tema principal da campanha.

A FOTO

Durante a eleição, os materiais de campanha deverão conter várias fotos do/a candidato/a em várias situações. Porém, já se convencionou, nas comunicações eleitorais, que uma das fotos utilizadas é padrão (oficial). Ou seja, todos os materiais devem ter a mesma foto principal de identificação do/a candidato/a.

Essa foto deve ser a mesma utilizada na urna eletrônica, porque facilita a identificação do/a candidato/a pelo eleitor que, na hora de votar, não terá dúvidas de que aquele rosto que apareceu na urna eletrônica é o do/a candidato/a por ele escolhido/a. Cuidado com o uso exagerado de “photoshop” ou “filtros” que deixam, muitas vezes, o/a candidato/a irreconhecível.

A foto deve ser feita preferencialmente com um fotógrafo profissional para garantir a qualidade. A cor de fundo deve ser clara, preferencialmente branca, o enquadramento do busto para cima (corpo enviesado, cabeça para a frente), sem cortar os ombros nas laterais, com traje aceitável para fotografia oficial e evitar adornos.

- Cuidados com a aparência sempre ajudam.
- Os/as que usam óculos no dia a dia devem mantê-los na fotografia.
- Procure usar roupas sóbrias na hora de tirar a foto. Para homens, lembre-se de fazer a barba, pentear o cabelo adequadamente e, se for preciso, usar algum tipo de maquiagem corretiva.

Recomendamos tirar a foto com uma camisa social, de preferência lisa. Evite as camisas estampadas e também as camisas muito claras, pois o fundo da foto deve ser branco e as camisas claras podem a ele se misturar.

O importante, mais uma vez, é manter a característica peculiar do/a candidato/a.

Para as candidatas femininas que usam maquiagem, sugerimos algo natural, leve, sem exageros. Nada de sombras fortes, batom excessivo.

Geralmente, as fotos em que o/a candidato/a aparece com uma fisionomia alegre e descontraída

são as melhores. Candidatos/as com sorrisos muito abertos passam uma sensação de falsidade e falta de seriedade. Já os/as que aparecem com fisionomia muito sisuda e fechada passam uma sensação de egoísmo e arrogância. Portanto, procure um meio termo.

O mais importante é: seja você mesmo/a!

LOGOMARCA

As duas informações mais importantes para o eleitor fixar do/a candidato/a são o nome e o número, já que a votação será eletrônica. Assim, relacionar o nome a um número de forma eficiente é o principal objetivo da comunicação. Para isso, lança-se mão da chamada logomarca da campanha, ou seja, uma apresentação do nome casada com o número, e que deverá estar presente em todos os materiais de campanha do/a candidato/a.

A definição da logomarca da candidatura deve atender os seguintes aspectos:

1) CLAREZA – As informações contidas na marca devem ser de fácil leitura. E o tipo de fonte deve facilitar a leitura.

2) EQUILÍBRIO – os elementos devem estar equilibrados entre si, sobretudo nome e número, com maior destaque para o número. A definição das cores que compõem a marca da candidatura deve observar a característica dos materiais utilizados na campanha.

As cores devem melhorar a leitura e chamar a atenção para os elementos centrais da marca: o nome e o número. Deve-se trabalhar com uma marca “limpa”.

SLOGAN

Definidos o perfil do/a candidato/a, seu programa e o tema principal, pode-se procurar sintetizar essas ideias em uma frase, um slogan, que resuma de forma simples toda a plataforma do/a candidato/a. Os slogans de campanha são importantes principalmente nas campanhas majoritárias.

O slogan é uma ideia que estará presente em toda a campanha, mesmo que não seja utilizado em todos os materiais. Ele expressa o posicionamento geral da campanha e ajuda a unificar o discurso em torno da candidatura.

JINGLE

Muitos gostam de usar esse artifício. Ajuda a fixar o nome e o número. Tem que ter um bom refrão, chamado de “chicletinho”, para ficar na cabeça do eleitor.

O jingle da campanha é usado em carros de som, comícios, atividades variadas, e nos horários eleitorais de rádio e TV. No caso do rádio, ele pode ser produzido já em consonância com o tempo que o/a candidato/a terá. O refrão também pode ser utilizado nas vinhetas da TV. Na confecção de um bom jingle de campanha, valem alguns conselhos: ele tem de ter musicalidade; precisa ter uma só ideia, a ideia-força da campanha; e ser muito curto.

O jingle precisa ser tocado insistentemente, pois não adianta nada fazer um excelente jingle se ele não for utilizado com intensidade.

CAMPANHA DE LEGENDA

O advento da Federação traz novos desafios para pensarmos a oportunidade e a forma de realizarmos uma campanha de legenda. Em geral, campanhas de legenda – aquela que destaca e pede o voto geral no PCdoB e no 65 – são mais eficazes nas situações em que o partido possui candidaturas majoritárias (governadores/as e presidente), e em situações nas quais o partido precisa cumprir de forma isolada metas eleitorais para cumprir as exigências legais estabelecidas a partir do estabelecimento da cláusula de barreira.

Contudo, a Federação – que já nos garante no conjunto a superação da cláusula de barreira – e o quadro político-eleitoral no qual não temos candidaturas próprias para majoritário, estabelece como centro da tática política eleitoral do PCdoB é a eleição de nossos candidatos e candidatas. Portanto, o centro da campanha nos estados deve ser o de dar ênfase e destaque principal ao número e nome de nossos candidatos/as.

PROPAGANDA NA INTERNET

A propaganda eleitoral na internet poderá ser feita, gratuitamente, por meio de sites, blogs, redes sociais, mensagens diretas. Mas é proibido, ainda que gratuitamente, fazer propaganda eleitoral em sites de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos.

Dica: É preciso aproveitar a internet para divulgar ao número máximo de eleitores o caminho para se ter informações completas da candidatura.

- É necessário ter pessoas qualificadas profissionalmente para produzir a campanha via

Internet/ Redes sociais e utilizar todas as funcionalidades para ampliar o público, fazer uso da segmentação.

- Deve-se ter uma mala direta de e-mails organizada e segmentada.
- Ter organizados os contatos telefônicos, por apoiadores, lideranças, amigos, profissionais, simpatizantes (mensagens diretas).
- É preciso produzir conteúdo próprio para as redes sociais e para aplicativos de comunicação direta.
- Estruturar políticas de conteúdo segmentadas para públicos de interesse.

Atenção

As mensagens enviadas por e-mail precisam ter mecanismos de cancelamento, ou descadastramento do destinatário, enviadas por candidato/a, partido político. O cancelamento deve ocorrer no prazo máximo de 48 (quarenta e oito) horas após a data da solicitação do destinatário.

PROPAGANDA NAS REDES SOCIAIS

É permitido divulgar opinião política, posicionamento e propostas. Recomenda-se a produção de conteúdo focado em temas cotidianos, acessíveis e com linguagem clara, adequada a cada plataforma (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, YouTube, WhatsApp, Telegram, entre outras).

As redes são de grande relevância para as campanhas e devem ser tratadas como tal. A divulgação é um trabalho sério, por isso, não deve ser tratada de forma caseira, há profissionais capacitados nesta área.

É necessário investir tempo e dinheiro.

É preciso entender as formas de utilização de cada uma delas e, para facilitar a atuação nessas redes sociais, deve-se dividi-las em eixos:

- 1) Comunicação direta por APP de celular (WhatsApp e Telegram);
- 2) Redes sociais como Facebook, TikTok, Twitter, Instagram e Youtube;
- 3) Impulsionamento de páginas e de conteúdo, contratado por Partido, Coligação, Federação e Candidato/a.

As publicações e postagens devem ser realizadas de forma contínua e com volume suficiente. É necessário ter pessoa gabaritada para interagir com o internauta, respondendo e dialogando nos comentários, mas também de forma direta (mensagem privada).

Produção de conteúdo para redes

Deve-se planejar com cuidado a produção de conteúdo.

É necessário fazer de forma planejada as publicações cotidianas, mas também é preciso ser dinâmico e estar conectado com os assuntos do momento, dando opinião e orientação a seus seguidores.

A apresentação do/a candidato/a, a opinião do/a candidato/a, a divulgação da agenda e suas ações devem ter formato de redes (mensagem, cards, vídeos, story, status, dependendo de cada rede).

Tráfego Pago em redes sociais

As redes sociais têm centralidade na divulgação das campanhas eleitorais. No entanto, para usar adequadamente e de forma mais eficaz esses espaços, é necessário contar com profissionais especializados que dominem o uso de inteligência de dados, de tráfego pago (impulsioneamento) e também garantir que a campanha esteja em adequação com a Lei de Proteção de Dados Pessoais.

As candidaturas precisam estar atentas às regras – que são específicas para cada rede social – para não perderem tempo com a obtenção de autorização para fazer impulsioneamento de conteúdos de campanha e para evitar sanções em razão de violação de regras.

A Meta, antigo Facebook, por exemplo, anunciou mudanças que impactam anúncios sobre temas sociais, o que inclui peças que buscam influenciar a opinião pública. A partir do final de junho, anunciantes que optarem por veicular anúncios sobre temas sociais e políticos precisarão passar por um processo de autorização e aplicar um rótulo “Pago por” ou “Propaganda Eleitoral” que indica quem está pagando por aquele anúncio.

A regra é obrigatória para qualquer anunciante que veicule anúncios que façam referências a figuras políticas, partidos ou eleição – e sobre temas sociais. Os conteúdos também são adicionados na Biblioteca de Anúncios por sete anos.

Para começar o processo de autorização de anúncios:

- Definir a pessoa que será a anunciante ou administradora da Página em que está veiculando anúncios.
- Se não for anunciante ou administrador da Página, será necessário pedir que um administrador

da Página adicione você como administrador.

- Somente o administrador da Página pode criar ou editar rótulos.
- Ativar a autenticação de dois fatores.

É preciso ter os seguintes materiais e informações válidos disponíveis para confirmar sua identidade:

- Carteira de identidade nacional (RG),
- carteira de habilitação ou passaporte brasileiro (opção recomendada)
- Um endereço residencial de correspondência no Brasil
- Número do Cadastro de Pessoas Físicas (CPF)
- Ativar a autenticação de dois fatores
- Um endereço de site web da candidatura

Os sites, telefones, endereços de e-mail e endereços informados nos rótulos devem sempre conter informações úteis e corretas.

Para mais detalhes sobre obtenção de rótulos e regras de anúncios acesse:

META: <https://www.facebook.com/business/help/208949576550051?id=288762101909005>

Conteúdo de informação no perfil ou página

É importante que a página na internet tenha em destaque o nome, o número e a foto do/a candidato/a. Dependendo do espaço que cada rede social disponibiliza, sugerimos que sejam incluídos:

- Contato;
- agenda atualizada do/a candidato/a;
- download de materiais (folder, cédula, foto, jingle);
- apresentação do/a candidato/a (biografia e miniperfil);
- vídeo de apresentação do/a candidato/a;
- Plano de Governo (para os majoritários) e propostas de atuação e defesas (proporcional);
- programas de TV; outros vídeos da campanha;
- rádio (com áudios variados do/a candidato/a);
- cadastro para os que quiserem receber em seus e-mails as notícias do/a candidato/a.

Interatividade

As possibilidades de interatividade são um dos principais atrativos da internet.

Esse papel tende a se expandir cada vez mais através das redes sociais. Por isso, as campanhas majoritárias e proporcionais dos/as candidatos/as devem dar grande prioridade a esse instrumento, principalmente explorando todas as suas ferramentas, com destaque para as que permitem a interatividade.

Fake news e uso de robôs

Como forma de dificultar o compartilhamento de mensagens falsas, que visam a destruir a imagem dos/as candidatos/as, fica proibido nestas eleições o uso de impulsionamento para esse fim. Dessa forma, os provedores de aplicativos devem ter ferramentas que restrinjam o impulsionamento de tais conteúdos.

Outra novidade, nas regras desta eleição, é a vedação do uso de outros dispositivos ou programas, como robôs.

A Justiça Eleitoral disponibiliza o hotsite Fato ou Boato?, que condensa diversos informativos, em texto e em vídeo, para ajudar na identificação de notícias falsas: <http://www.justicaeleitoral.jus.br/fato-ou-boato>

Atenção

Segundo a Resolução 23.610/2019, que trata da propaganda, NÃO é permitida a realização de propaganda:

- via telemarketing em qualquer horário;
- “por meio de 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”;
- nem por aplicativo de mensagem direta, nem por SMS (Short Message Service, serviço de mensagem curta) por celular.

A precaução da legislação eleitoral neste quesito é para que não sejam contratadas empresas que realizam esse tipo de serviço (disparo em massa). Entretanto, não fere a lei enviar mensagens por WhatsApp/ Telegram, ou por SMS do celular, pelo próprio mecanismo destes aplicativos.

Direito de resposta

O exercício do direito de resposta é regulado, nas eleições de 2022, nos artigos 31 a 43, da Resolução TSE nº 23.608, de 18/12/2019.

A partir da escolha do/a candidato/a, na Convenção Eleitoral, é assegurado o exercício do direito de resposta ao/à candidato/a, ao partido político, ou à coligação atingidos, sempre representados por advogado/a constituído/a por procuração, mesmo que de forma indireta, por conceito, imagem, ou afirmação caluniosa, difamatória, injuriosa, ou sabidamente inverídica, difundidos por qualquer veículo de comunicação social.

A Resolução TSE 23.608/2019 prevê os prazos e as medidas necessárias para o requerimento judicial destinado ao exercício do direito de resposta em:

- 1) órgão de imprensa escrita – no prazo de 3 (três) dias;
- 2) programação normal das emissoras de rádio e televisão – no prazo de 2 (dois) dias;
- 3) horário eleitoral gratuito – no prazo de 1 (um) dia;
- 4) propaganda eleitoral pela internet – enquanto a ofensa estiver sendo veiculada, ou no prazo de 3 (três) dias, contados da sua retirada.

O candidato, ou a candidata, que se considerar ofendido ou ofendida, poderá requerer o exercício do direito de resposta, em petição encaminhada e protocolada ao TRE ou TSE, que será apreciado por Relator/a encarregado/a da propaganda eleitoral.

Contra a Decisão judicial do TRE, caberá recurso para o TSE, no prazo de 1 (um) dia, a partir da data da divulgação da Decisão ou do Acórdão; e do Acórdão que julgar o pedido para o exercício do direito de resposta, caberá recurso para o TSE, também no prazo de 1 (um) dia, contado da data da publicação do Acórdão, em sessão de julgamento. Do Acórdão do TSE, caberá a interposição de Recurso Extraordinário para o STF, caso o Acórdão declarar a invalidade de lei ou contrariar a Constituição, no prazo de 1 (um) dia, da publicação do Acórdão do TSE.

Deferido o pedido do/a ofendido/a, a resposta deverá ser publicada em:

1) órgão de imprensa escrita – no mesmo veículo, espaço, local, página, tamanho, caracteres e outros elementos de realce usados na ofensa, em até 2 (dois) dias após a decisão, ou, tratando-se de veículo com periodicidade de circulação maior que 2 (dois) dias, na primeira oportunidade em que circular e no mesmo dia da semana em que a ofensa foi divulgada;

2) programação normal das emissoras de rádio e televisão – em tempo igual ao da ofensa, nunca inferior a 1 (um) minuto;

3) horário eleitoral gratuito – em tempo igual ao da ofensa, nunca inferior a 1 (um) minuto;

4) propaganda eleitoral pela internet – em até 2 (dois) dias após a entrega da mídia física – empregando, na divulgação, o mesmo impulsionamento de conteúdo eventualmente contratado nos termos referidos no art. 57-C da Lei nº 9.504/97 e o mesmo veículo, espaço, local, horário, página eletrônica, tamanho, caracteres e outros elementos de realce utilizados na ofensa, podendo o juiz usar dos meios adequados e necessários para garantir visibilidade à resposta de forma equivalente à da ofensa, sendo que o tempo de exibição da resposta não poderá ser inferior ao dobro em que esteve disponível a mensagem considerada ofensiva, durante o qual a resposta deverá ficar disponível para acesso pelos usuários do serviço de internet.

DICA: Na internet há um portal que reúne os principais temas relacionados ao pleito de outubro referente à Justiça Eleitoral, cujos conteúdos servem aos/às candidatos/as, mesários/as e interessados/as: Portal das Eleições <http://www.justicaeleitoral.jus.br/eleicoes>

PROPAGANDA NA IMPRENSA ESCRITA: JORNAIS

Está autorizada até a antevéspera das eleições, desde que sejam no máximo 10 (dez) anúncios por veículo, em datas diversas, por candidato, na dimensão de um oitavo de página de jornal padrão e de um quarto de página de revista ou tabloide. E nela deverá constar, de forma legível, o valor pago.

PROPAGANDA NOS COMITÊS E NAS RUAS

É permitido, ao partido e ao/à candidato/a, publicar na fachada de suas sedes e independências a propaganda (nome) da forma que lhes parecer melhor – em dimensões que não excedam 4 m² (quatro metros quadrados). Os Comitês secundários (que não o central) precisam respeitar o limite de 0,5 m² (meio metro quadrado).

Da mesma forma, adesivos em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais também são permitidos, desde que não excedam 0,5m² (meio metro quadrado).

Entre as mídias alternativas para massificar a campanha, vale destacar os adesivos transparentes para vidros de carros, para motos e carrocerias.

Estão liberados o uso de bandeiras, ao longo das vias públicas, e a colocação de mesas para distribuição de material de campanha, desde que sejam móveis e não atrapalhem o fluxo.

Como está proibido o uso de placas, cavaletes, bonecos e afins, em espaços públicos, uma alternativa é o uso de bicicletas que puxam um carrinho com uma placa do/a candidato/a, de minicarretas e de cavaletes.

PROPAGANDA NO MATERIAL IMPRESSO

A regra continua a mesma para o conteúdo impresso. São permitidos o uso e a distribuição de adesivos, folhetos, santinhos, panfletos e qualquer outro tipo de impresso, desde que distribuídos até as 22 horas da véspera do dia da eleição. O material deve ser editado sob a responsabilidade do partido ou do/a candidato/a.

44

Atenção

Todo material impresso deve conter CNPJ ou CPF do responsável pela confecção, bem como da candidatura, e a respectiva tiragem. Segundo orientação, todos os materiais de campanha devem ter a logomarca do partido.

É permitida a contratação de apoiadores, cabos eleitorais e “panfleteiros”, desde que o conteúdo do impresso não difame outros/as candidatos/as.

Orientações: Além da logomarca e da foto, é preciso fazer pelo menos um folder de apresentação do/a candidato/a e um elenco de propostas. Deve-se dar um tratamento cuidadoso ao conteúdo desses textos, pensando sempre no público-alvo desses materiais.

O tratamento dos textos

Os materiais impressos devem ter textos de fácil compreensão, não devem ser longos e precisam sempre passar por uma revisão ortográfica e gramatical. Devem conter informações objetivas e que ajudem na conquista de mais apoios à candidatura.

PROPAGANDA ELEITORAL NO RÁDIO E NA TV

O período de propaganda em cadeia de rádio e televisão, no primeiro turno, será de 26 de agosto a 29 de setembro; ou seja, de 35 dias da antevéspera das eleições.

Conforme anos anteriores, a propaganda eleitoral gratuita na televisão deverá utilizar janela com intérprete de libras, audiodescrição e ainda legenda oculta, a chamada closed caption, também conhecida pela sigla CC, e transmissão via sinal de televisão.

15 DE AGOSTO

Data a partir da qual os juízes eleitorais, responsáveis pela propaganda, convocarão os partidos políticos e a representação das emissoras de rádio e de televisão para a elaboração, até 26 de agosto de 2022, de plano de mídia para uso da parcela do horário eleitoral gratuito a que tenham direito, assim como para realizar o sorteio para a escolha da ordem de veiculação da propaganda em rede e de inserções provenientes de eventuais sobras de tempo (artigos 50 e 52, Lei nº 9.504/1997).

O QUE É PLANO DE MÍDIA?

Grade de inserções na programação são de responsabilidade da comunicação na campanha. Por isso, é importante destacar um responsável para atender essa área.

De acordo com o artigo 65 da Resolução TSE nº 23.610/2019:

Independentemente do meio de geração, os partidos políticos, as federações e as coligações deverão apresentar mapas de mídia diários ou periódicos às emissoras e ao pool de emissoras, se houver, de forma física ou eletrônica, conforme deliberado na reunião para elaboração do plano de mídia, observados os seguintes requisitos, a serem informados conforme o modelo disponível no Anexo III da Resolução

I - nome do partido político, da federação ou da coligação;

II - título ou número do filme a ser veiculado;

III - duração do filme;

IV - dias e faixas de veiculação;

V - nome, assinatura e identificação eletrônica correspondente, se for o caso, de pessoa credenciada pelos partidos políticos, pelas federações e pelas coligações para a entrega das mídias com os programas que serão veiculados, nos termos dos §§ 1º e 2º deste artigo.

VI - informação a respeito da distribuição do tempo, indicando o percentual destinado a candidatura de mulheres, mulheres negras e homens negros, nos termos do § 1º do art. 77 desta Resolução.

• Os partidos políticos, as federações e as coligações deverão indicar ao grupo de emissoras ou à emissora responsável pela geração, em até 2 (dois) dias antes do início da propaganda eleitoral gratuita, conforme data fixada no Calendário Eleitoral, as pessoas autorizadas a entregar os mapas e as mídias, comunicando eventual substituição com 24 (vinte e quatro) horas de antecedência mínima.

• No caso de entrega eletrônica de mídia por meio das plataformas digitais, também devem ser cadastrados junto às emissoras de radiodifusão os dados de login das usuárias e dos usuários que acessarão tal meio de entrega, no mesmo prazo do § 1º, sob pena de recusa dos materiais entregues por usuárias e usuários não cadastradas(os).

• O credenciamento de pessoas autorizadas a entregar os mapas e as mídias obedecerá ao modelo estabelecido na forma do Anexo I e deverá ser assinado por representante ou por advogada ou advogado do partido político, da federação ou da coligação.

• Será dispensado o credenciamento para as(os) presidentes das legendas, as(os) vice-presidentes e as delegadas ou os delegados credenciadas(os), desde que apresentada a respectiva certidão obtida no sítio eletrônico do Tribunal Superior Eleitoral.

• Sem prejuízo do prazo para a entrega das mídias, os mapas de mídia deverão ser apresentados ao grupo de emissoras ou à emissora responsável pela geração do sinal de televisão até as 14h (quatorze horas) da véspera de sua veiculação.

• Para as transmissões previstas para sábados, domingos e segundas-feiras, os mapas deverão ser apresentados ao grupo de emissoras ou à emissora responsável pela geração até as 14h (quatorze horas) da sexta-feira imediatamente anterior; e para as transmissões previstas para

os feriados, até as 14h (quatorze horas) do dia útil anterior.

- O grupo de emissoras ou a emissora responsável pela geração ficam eximidos de responsabilidade decorrente de transmissão de programa em desacordo com os mapas de mídia apresentados, quando não observados os prazos estabelecidos nos §§ 4º e 5º deste artigo.*
- O grupo de emissoras e a emissora responsável pela geração estarão desobrigados do recebimento de mapas de mídia e de mídias que não forem encaminhados pelas pessoas credenciadas ou por presidentes das legendas, vice-presidentes e delegadas ou delegados credenciadas(os), devidamente identificadas(os) nos termos do § 3º deste artigo.*
- Os partidos, as federações e as coligações devem manter, até a data prevista no art. 68-A desta Resolução, cópia do mapa de mídia e do documento previsto no caput deste artigo.*
- O grupo de emissoras e as emissoras responsáveis pela geração deverão fornecer à Justiça Eleitoral, aos partidos políticos, às federações e às coligações, por meio do formulário estabelecido no Anexo II, seus telefones, endereços, inclusive eletrônico, e nomes das pessoas responsáveis pelo recebimento de mapas e de mídias, até 2 (dois) dias antes do início da propaganda eleitoral gratuita, conforme data fixada no Calendário Eleitoral.*
- Aplicam-se às emissoras de rádio e de televisão as disciplinas deste artigo, exceto no que se referir às eleições para os cargos de presidente e vice-presidente da República, caso em que será observado o disposto no § 10 deste artigo.*
- As emissoras de rádio, quanto aos cargos de presidente e vice-presidente da República, estão obrigadas a transmitir as inserções da propaganda eleitoral exclusivamente com base nos mapas de mídias disponibilizados na página do TSE na internet, observado, no que couber, o disposto nos §§ 1º, 2º, 7º e 8º deste artigo.*
- Para o cumprimento da obrigação prevista no § 10 deste artigo, os partidos políticos, as federações e as coligações deverão apresentar os mapas de mídias no TSE, com 40 (quarenta) horas de antecedência da veiculação da inserção, observado o prazo até as 22 horas da quinta-feira imediatamente anterior, para as transmissões previstas para sábados, domingos e segundas-feiras.*
- Na hipótese de o grupo de emissoras ou emissoras responsáveis pela geração não fornecerem os dados de que trata o § 8º deste artigo, as entregas dos mapas de mídia e das mídias com as gravações da propaganda eleitoral serão consideradas como válidas se enviadas ou entregues na portaria da sede da emissora ou enviadas por qualquer outro meio de comunicação dispo-*

nível pela emissora, que arcará com a responsabilidade por eventual omissão ou desacerto na geração da propaganda eleitoral.

• No caso do uso de plataformas digitais e outras formas de entrega digital de mídias, devem ser cadastrados junto às emissoras de radiodifusão os dados de identificação eletrônica das pessoas que acessarão tais meios de entrega, conforme o inciso V do caput do art. 65 desta Resolução, nos mesmos prazos previstos para o credenciamento físico, sob pena de recusa dos materiais entregues por pessoas não cadastradas.

TEMPO DE TV/RÁDIO

Distribuição do tempo de propaganda eleitoral no rádio e na televisão

De acordo com a legislação eleitoral, nas eleições estaduais e federal, a propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão divide-se entre a propaganda para as candidaturas a Presidente, Governador, Senador e para as candidaturas a Deputado Federal, Deputado Estadual e Distrital.

A propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão será feita, portanto, em bloco e em inserções.

As propagandas em bloco serão veiculadas de segunda a sábado e as inserções, de segunda a domingo:

I - na eleição para Presidente da República, às 3ª feiras e 5ª feiras e aos sábados:

- a) das 7h às 7h12min30s e das 12h às 12h12min30s, na rádio – 25 minutos;
- b) das 13h às 13h12min30s e das 20h30min às 20h42min30s, na televisão – 25 minutos;

II - nas eleições para cargo de Deputado Federal, às 3ª feiras e 5ª feiras e aos sábados:

- a) das 7h12min30s às 7h25min e das 12h12min30s às 12h25min, na rádio – 25 minutos;
- b) das 13h12min30s às 13h25min e das 20h42min30s às 20h55min, na televisão – 25 minutos;

III - nas eleições para cargo de Senador, às 2ª feiras, 4ª feiras e 6ª feiras:

- a) das 7h às 7h05min e das 12h às 12h05min, na rádio – 10 minutos;
- b) das 13h às 13h05min e das 20h30min às 20h35min, na televisão – 10 minutos;

IV - nas eleições para cargo de Deputado Estadual e Deputado Distrital, às 2ª feiras, 4ª feiras e 6ª feiras:

- a) das 7h05min às 7h15min e das 12h05min às 12h15min, na rádio – 20 minutos;
- b) das 13h05min às 13h15min e das 20h35min às 20h45min, na televisão – 20 minutos;

V - na eleição para cargo de Governador de Estado e do Distrito Federal, às 2ª feiras, 4ª feiras e 6ª feiras:

- a) das 7h15min às 7h25min e das 12h15min às 12h25min, na rádio – 20 minutos;
- b) das 13h15min às 13h25min e das 20h35min às 20h45min, na televisão – 20 minutos;

No mesmo período reservado à propaganda eleitoral em rede, de 28 de agosto a 1º de outubro, as emissoras de rádio e de televisão reservarão, ainda, de 2ª feira a domingo, 70 (setenta) minutos diários para a propaganda eleitoral gratuita em inserções de 30 (trinta) e 60 (sessenta) segundos, a critério do respectivo partido político, da Federação ou da coligação, assinadas obrigatoriamente pelo partido político, pela Federação ou pela coligação e distribuídas, ao longo da programação veiculada entre as 5h (cinco horas) e as 24h (vinte e quatro horas), observados os critérios de proporcionalidade do artigo 55 da Resolução TSE 23.610/2019.

E nas eleições gerais, a distribuição levará em conta os seguintes blocos de audiência:

- a) entre as 5h e as 11h;
- b) entre as 11h e as 18h;
- c) entre as 18h e as 24h;

O tempo será dividido em partes iguais para a utilização nas campanhas das candidatas e dos candidatos às eleições majoritárias e proporcionais e de suas legendas partidárias ou das que componham a Federação ou a coligação, quando for o caso.

Cada um desses tempos de propaganda eleitoral gratuito, no rádio e na televisão, será distribuído entre partidos, Federações e coligações que tenham candidato/a de duas maneiras:

- 10% de cada tempo serão distribuídos igualmente às candidaturas;
- 90% distribuídos proporcionalmente ao número de representantes na Câmara dos Deputados, considerando:

a) no caso de coligações para as eleições majoritárias, o resultado da soma do número de representantes dos seis maiores partidos políticos ou das Federações que a integrem; e

b) no caso das Federações, o resultado da soma do número de representantes de todos os partidos que a integrem.

Quanto ao PCdoB, tendo em vista ter eleito 9 (nove) deputados/as federais, aos quais deve ser computado o deputado federal eleito pelo PPL – em razão da incorporação do PPL ao PCdoB –, o quantitativo da representação na Câmara dos Deputados a ser considerado é o somatório das representações de ambos os partidos, ou seja, 10 (dez) parlamentares na Câmara dos Deputados, que correspondem a 1,95% (ou 1,9493%) dos/as 513 deputados/as federais que a compõem.

A este quantitativo e percentual de representação parlamentar do PCdoB, na Câmara dos Deputados, deve-se acrescentar o quantitativo e percentual das representações parlamentares do PT e do PV na Câmara dos Deputados.

PT – 54 Deputados/as Federais

PCdoB – 10 Deputados/as Federais

PV – 4 Deputados/as Federais

Total – 68 Deputados/as Federais, que correspondem a 13,25% dos/as 513 Deputados/as Federais.

Na Federação Brasil da Esperança, o percentual de cada um dos três partidos que a integram corresponde, portanto, a:

PT – 79,41% do tempo devido à Federação Brasil da Esperança;

PCdoB – 14,71% do tempo devido à Federação Brasil da Esperança;

PV – 5,88% do tempo devido à Federação Brasil da Esperança.

Em relação ao quantitativo de representações parlamentares, deverão ser consideradas também a constituição da Federação PSDB/CIDADANIA e da Federação PSOL/REDE:

PSDB – 29

Cidadania – 8

Total – 37 Deputados/as Federais, que correspondem a 7,21% dos/as 513 Deputados/as Federais.

PSOL – 10

REDE – 1

Total – 11 Deputados/as Federais, que correspondem a 2,14% dos/as 513 Deputados/as Federais.

Desta forma, resulta que, com a constituição das referidas três Federações Partidárias, além da fusão do DEM e do PSL, resultando na União Brasil, o total de agremiações partidárias a serem consideradas na distribuição do tempo da propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão, nas eleições de 2022, será de 28 Partidos e Federações.

É necessário reiterar a observação, no sentido de que a distribuição dos 10% (dez por cento) e dos 90% (noventa por cento) de tempo, em bloco e em inserções, será dividida entre os partidos e Federações que tenham requerido o registro de candidaturas. E, no caso das eleições majoritárias, deverá ser considerada a soma do quantitativo de representantes dos 6 (seis) maiores partidos políticos que integrem eventual coligação.

Desta forma, é possível projetar o seguinte tempo de propaganda eleitoral no rádio e na televisão, que a Federação Brasil da Esperança, constituída pelo PT, o PCdoB e o PV (registrado em vermelho), terá, considerando que as mencionadas 28 agremiações partidárias registrem candidaturas:

Cargo	Propaganda em Bloco		Propaganda em Inserções	
Presidente 3ª/5ª/sábado	25 min/dia: 1.500 s/dia 10% - 150s 90% - 1.350s	Tempo FE Brasil 5,35s 178,87s 184,22s	35 min/dia 2.100s/dia 10% - 210s 90% - 1.890s	Tempo FE Brasil 7,5s 250,42s 257,92s
	Tempo PCdoB na FE Brasil 27,10 segundos		Tempo PCdoB na FE Brasil 37,94 segundos	

Deputado/a Federal 3ª/5ª/sábado	25 minutos/dia: 1.500 segundos/dia	Tempo FE Brasil	35 minutos/dia 2.100 segs/dia	Tempo FE Brasil
	10% - 150 segs 90% - 1.350 segs	5,35 segs 178,87 segs 184,22	10% - 210 segs 90% - 1.890 segs	7,5 segs 250,42 segs 257,92 segundos
Tempo PCdoB na FE Brasil 27,10 segundos		Tempo PCdoB na FE Brasil 37,94 segundos		

52

Senador/a 2ª/4ª/6ª	10 min/dia: 600s/dia	Tempo FE Brasil	35 min/dia 2.100s/dia	Tempo FE Brasil
	10% - 60s 90% - 540s	2,14s 71,55s 73,69s	10% - 210s 90% - 1.890s	7,5s 250,42s 257,92s
Tempo PCdoB na FE Brasil 10,83 segundos		Tempo PCdoB na FE Brasil 37,94 segundos		

Deputado/a Estadual e Distrital 2 ^a /4 ^a /6 ^a	20 min/dia: 1.200s/dia 10% - 120s 90% - 1.080s	Tempo FE Brasil 4,28s 143,10s 147,38s	35 min/dia 2.100s 10% - 210s 90% - 1.890s	Tempo FE Brasil 7,5s 250,42s 257,92s
	Tempo PCdoB na FE Brasil 21,68 segundos		Tempo PCdoB na FE Brasil 37,94 segundos	

Governador/a 2 ^a /4 ^a /6 ^a	20 min/dia: 1.200s/dia 10% - 120s 90% - 1.080s	Tempo FE Brasil 4,28s 143,10s 147,38s	35 min/dia 2.100s/dia 10% - 210s 90% - 1.890s	Tempo FE Brasil 7,5s 250,42s 257,92s
	Tempo PCdoB na FE Brasil 21,67 segundos		Tempo PCdoB na FE Brasil 37,94 segundos	

PROGRAMA DE TV

A televisão, junto com a internet, é um dos instrumentos mais importantes numa campanha eleitoral. É através da propaganda veiculada no horário eleitoral gratuito, e principalmente nas inserções divulgadas ao longo do dia, que se tem a possibilidade de atingir o maior número de eleitores.

Atenção

Para produzir a campanha na TV, é indispensável a contratação de uma agência e/ou produtora, ou uma equipe profissional, para conduzir todo o processo de criação e produção das peças publicitárias. A montagem dessa equipe é chave para o sucesso da campanha, e dela deve participar o responsável pela comunicação da campanha.

54

Os programas de TV devem estar constantemente em sintonia com o debate político geral que está polarizando as eleições. É importante, ainda, que haja o acompanhamento de advogado/a, contratado/a para prestar apoio jurídico à campanha eleitoral, para apreciar previamente as peças a serem veiculadas, em especial as mais polêmicas que podem gerar questionamentos com possibilidade de perda do tempo de propaganda. Avaliar também as peças dos adversários para eventual pedido de direito de resposta ou representação por descumprimento da legislação eleitoral é importante, em especial nas campanhas para cargos eletivos pelo sistema majoritário.

Nas campanhas proporcionais dos/as candidatos/as, o tratamento visual das peças de TV deve estar em sintonia com a identidade visual do restante da campanha; ou seja, a TV é um dos instrumentos que fazem parte do sistema de comunicação. Tanto para os majoritários quanto para os proporcionais, há que se ter cuidado especial com a apresentação do/a candidato/a (roupas, maquiagem, cabelo). A máxima “menos é mais” deve sempre estar nas preocupações da equipe de produção. O mesmo se aplica aos cenários, fundos, animações e locações utilizados para a filmagem, que devem sempre ser pensados para valorizar o/a candidato/a e sua mensagem.

É preciso pensar em alternativas, no caso de algum/alguma candidato/a ficar desconfortável em frente à câmera, pois algumas imagens podem depor contra eles/elas. Um dos instrumentos que pode ser utilizado para superar esse entrave são as técnicas de media training (treinamento), oferecidas

por agências especializadas, ou outra alternativa por meio da qual não apareça o/a próprio/a candidato/a, mas algo que leve à sua imagem.

Palavras simples, comuns no vocabulário, devem prevalecer.

Procurar transmitir uma ideia/tema por programa. Mesmo nesta última situação, é preciso evitar a dispersão de conteúdo. De modo geral, as peças de TV podem ser feitas com linguagem mais publicitária, ou então que busque argumentar com o eleitor, atingir seu inconsciente, fazer uma mensagem comparativa, ou testemunhal. Todos os formatos são válidos, desde que tenham uma função e objetivos claros dentro da estratégia da campanha.

INSERÇÕES

Atenção especial deve ser dispensada às inserções de 30 segundos, que são veiculadas ao longo da grade de programação das emissoras. Elas são o “filé mignon” da propaganda eleitoral na TV, por aparecerem misturadas à programação e atingirem o eleitor quando ele menos espera.

Essas peças de 30 segundos devem ter tratamento. A linguagem de um programa com esse tempo é necessariamente diferente da de um programa de dois, cinco ou dez minutos. Cada inserção deve conter uma única mensagem, uma só ideia para fixar no telespectador.

PROGRAMA NO RÁDIO

O rádio é uma mídia bastante importante para qualquer campanha. As peças de rádio não devem ser uma versão em áudio dos programas de TV. Mídias diferentes merecem tratamento diferenciado e particular. Pensar em programas voltados exclusivamente para o rádio é importante. O programa eleitoral também tem de prender a atenção por meio da criatividade. Se o transmitido não se mostra interessante, não leva o ouvinte a “imaginar”. Rádio é uma conversa ao pé do ouvido entre duas pessoas. Não há espaço para discursos inflamados.

REQUISITOS PARA PARTICIPAR DOS DEBATES

Os debates, transmitidos por emissora de rádio ou de televisão, serão realizados segundo as regras estabelecidas em acordo celebrado entre os partidos políticos e a pessoa jurídica interessada na realização do evento, dando-se ciência à Justiça Eleitoral.

Deve ser assegurada a participação de candidatos/as dos partidos com representação no Congresso Nacional de, no mínimo, cinco parlamentares, e facultada a dos demais, desde que, quando cessada a condição sub judice na forma estipulada pela resolução que dispõe sobre a escolha e o registro de candidatos/as para as eleições, o registro de candidatura não tenha sido indeferido, cancelado ou não conhecido.

Na elaboração das regras para a realização dos debates, serão observadas as seguintes vedações (vide ADIs nº 5487 e 5488):

1) Não poderá haver deliberação pela exclusão de candidato/a cuja presença seja assegurada na forma do § 1º do artigo 44 da Resolução TSE 23.610/2019; e

2) não poderá haver deliberação pela exclusão de candidato/a cuja participação seja facultativa e que tenha sido convidado/a pela emissora de rádio ou de televisão.

Para os debates que se realizarem no primeiro turno das eleições, serão consideradas aprovadas as regras, inclusive as que definem o número de participantes, que obtiverem a concordância de pelo menos 2/3 (dois terços) dos/as candidatos/as aptos/as, para as eleições majoritárias, e de pelo menos 2/3 (dois terços) dos partidos políticos com candidatos/as aptos/as, no caso de eleições proporcionais.

São considerados/as aptos/as, para os fins do § 3º do artigo 44 da Resolução TSE 23.610/2019, os/as candidatos/as filiados/as a partido político com representação no Congresso Nacional de, no mínimo, cinco parlamentares.

Os debates transmitidos na televisão deverão utilizar, entre outros recursos, subtitulação por meio de legenda oculta, janela com intérprete da Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS) e audiodescrição (Lei nº 13.146/2015, artigos 67 e 76, § 1º, III; e ABNT/NBR 15.290/2016).

Para efeito do disposto no artigo 44 da Resolução TSE 23.610/2019, considera-se a representação de cada partido político no Congresso Nacional resultante da última eleição geral, com as seguintes adequações:

1) Eventuais novas totalizações do resultado para a Câmara dos Deputados que ocorrerem até o dia 20 de julho do ano da eleição, bem como eventuais novas eleições para o Senado Federal ocorridas até a mesma data; e

2) mudanças de filiação partidária ocorridas até a data da convenção e que, relativamente aos/às deputados/as federais, não tenham sido contestadas ou cuja justa causa tenha sido reconhecida pela Justiça Eleitoral, observado, ainda, o previsto no § 7º do artigo 44 da Resolução TSE 23.610/2019.

Para efeito do disposto neste artigo, serão desconsideradas as mudanças de filiação partidária ocorridas com base na Emenda Constitucional nº 97/2017 (vide Consulta TSE nº 106-94, DJE de 09-05-2016).

Inexistindo acordo, os debates transmitidos por emissora de rádio ou de televisão deverão obedecer às seguintes regras (Lei nº 9.504/1997, artigo 46, I, alíneas a e b, II e III):

1) nas eleições majoritárias, a apresentação dos debates poderá ser feita:

a) em conjunto, estando presentes todos/as os/as candidatos/as a um mesmo cargo eletivo;

b) em grupos, estando presentes, no mínimo, três candidatos/as;

2) nas eleições proporcionais, os debates deverão ser organizados de modo que assegurem a presença de número equivalente de candidatos/as de todos os partidos políticos a um mesmo cargo eletivo, podendo desdobrar-se em mais de 1 (um) dia;

3) os debates deverão ser parte de programação previamente estabelecida e divulgada pela emissora, fazendo-se a escolha do dia e da ordem de fala de cada candidato/a mediante sorteio.

Em qualquer hipótese, deverá ser observado o seguinte:

1) é admitida a realização de debate sem a presença de candidato/a de algum partido político ou coligação, desde que o veículo de comunicação responsável comprove tê-lo/a convidado com a antecedência mínima de 72 (setenta e duas) horas da realização do debate;

2) é vedada a presença de um/a mesmo/a candidato/a à eleição proporcional em mais de um debate da mesma emissora;

3) o horário designado para a realização de debate poderá ser destinado à entrevista de candidato/a, caso apenas este/a tenha comparecido ao evento (Ac.-TSE nº 19.433, de 25 de junho de 2002);

4) no primeiro turno, o debate poderá estender-se até as 7h (sete horas) da noite da sexta-feira imediatamente anterior ao dia da eleição e, no caso de segundo turno, não poderá ultrapassar o horário de meia-noite da sexta-feira imediatamente anterior ao dia do pleito.

O descumprimento do disposto nesta seção sujeita a empresa infratora à suspensão, por 24 (vinte e quatro) horas, da sua programação, com a transmissão, intercalada, a cada 15 (quinze) minutos, de mensagem de orientação ao eleitor; em cada reiteração de conduta, o período de suspensão será duplicado.

A sanção prevista no artigo 47 da Resolução TSE 23.610/2019 somente poderá ser aplicada em processo judicial em que sejam assegurados a ampla defesa e o contraditório.

A suspensão de que trata este artigo será aplicável apenas na circunscrição do pleito.

A partir das publicações dos editais para eventual impugnação ao pedido de registro de candidatos/as, os nomes de todos/as os/as candidatos/as cujos registros tenham sido requeridos deverão constar

na lista apresentada aos entrevistados durante a realização das pesquisas.

Trata-se de uma das facetas do princípio da igualdade entre os/as candidatos/as. É importante destacar que a regra se aplica mesmo aos/às candidatos/as sub judice, assim considerados/as aqueles/as cujos registros tenham sido indeferidos, cancelados ou não conhecidos por decisão judicial não transitada em julgado (decisões que ainda podem ser discutidas em sede recursal).

A cessação da condição sub judice não impede o prosseguimento da pesquisa eleitoral na qual constou o nome do/a candidato/a sem registro, desde que se realizem as necessárias ressalvas no momento da divulgação dos resultados (artigo 3º, §§ 1º e 2º, da Resolução TSE nº 23.600/2019).

TERMOS USADOS PELA JUSTIÇA ELEITORAL NO QUE SE REFERE À INTERNET

O artigo 37 da Resolução TSE 23.610/2019 relaciona 21 aspectos com sua própria definição ou descrição, dentre os quais destacamos os quatro mais usuais.

- *impulsioneamento de conteúdo*: o mecanismo ou serviço que, mediante contratação com os provedores de aplicação de internet, potencializam o alcance e a divulgação da informação para atingir usuários que, normalmente, não teriam acesso ao seu conteúdo;

- *rede social na internet*: a estrutura social composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que compartilham valores e objetivos comuns;

- *aplicativo de mensagens instantâneas ou chamada de voz*: o aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz para smartphones, como, por exemplo, WhatsApp/Telegram;

- *disparo em massa*: envio automatizado, ou manual, de um mesmo conteúdo para um grande volume de usuários, simultaneamente ou com intervalos de tempo, por meio de qualquer serviço de mensagem ou provedor de aplicação na internet.

FINANÇAS: ARRECADAÇÃO, DESPESAS E PRESTAÇÃO DE CONTAS

ARRECADAÇÃO DOS RECURSOS DE CAMPANHA

Numa campanha eleitoral, as atividades relacionadas às finanças são de responsabilidade dos órgãos partidários, ou de seus candidatos e suas candidatas, e devem considerar:

- 1) a arrecadação de recursos financeiros;
- 2) a aplicação desses recursos financeiros arrecadados; e
- 3) a prestação de contas da receita arrecadada e das despesas feitas.

Cada uma dessas atividades deve ser realizada de acordo com as normas de direito eleitoral, previstas na Lei 9.504/1997 e na Resolução TSE nº 23.607, de 17 de dezembro de 2019.

Como se sabe, no que se refere às receitas para o custeio das despesas nas campanhas eleitorais, as fontes de receitas são as originárias de fundos públicos (Fundo Partidário e FEFC) e as decorrentes de doações de pessoas físicas (naturais), tendo em vista o entendimento adotado pelo STF quanto à proibição do recebimento de recursos doados por pessoas jurídicas.

ARRECADAÇÕES PERMITIDAS

- Recursos próprios dos/as candidatos/as;
- doações financeiras ou estimáveis em dinheiro de pessoas físicas;
- doações de outros partidos políticos e de outros/as candidatos/as;
- comercialização de bens e/ou serviços, ou promoção de eventos de arrecadação realizados diretamente pelo/a candidato/a ou pelo partido político;
- recursos próprios dos partidos políticos, desde que identificada a sua origem e que sejam provenientes do Fundo Partidário, de que trata o artigo 38 da Lei nº 9.096/1995;
- do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC);
- de doações de pessoas físicas efetuadas aos partidos políticos;

- de contribuição dos seus filiados;
- de rendimentos decorrentes da locação de bens próprios dos partidos políticos;
- rendimentos gerados pela aplicação de suas disponibilidades,

Obs.: Os rendimentos financeiros e os recursos obtidos com a alienação de bens têm a mesma natureza dos recursos investidos ou utilizados para sua aquisição e devem ser creditados na conta bancária na qual os recursos financeiros foram aplicados ou utilizados para aquisição do bem;

- a utilização de recursos próprios que tenham sido obtidos mediante empréstimo pessoal.
- arrecadações coletivas pela internet, chamadas crowdfunding ou vaquinhas eletrônicas.

As arrecadações coletivas pela internet podem ser feitas a partir de 15 de maio, obedecidos os seguintes requisitos:

- Identificar os doadores por nome e CPF;
- emitir recibo eleitoral para cada doação realizada (única hipótese em que se dispensará a assinatura do doador);
- utilizar terminal de captura de transações para doações por meio de cartão de débito ou de crédito.

Além disso, para usar o financiamento coletivo, a instituição arrecadadora deve estar previamente cadastrada na Justiça Eleitoral e atender aos termos da lei e da regulamentação do Banco Central. O TSE mantém publicado em seu site a lista de entidades aptas a operar a arrecadação.

Cada operação deve ter, obrigatoriamente, a identificação do doador, com nome completo, número do CPF, valor das quantias doadas individualmente, a forma de pagamento (débito ou crédito) e as datas das respectivas doações. Não são aceitas operações com moedas virtuais.

As doações, realizadas por meio de cartão de débito ou de crédito, somente poderão ser efetuadas pelo titular do cartão.

A lista com a identificação dos doadores e dos respectivos valores deve estar disponível em site, e devem ser informados à Justiça Eleitoral tanto a instituição arrecadadora, quanto o endereço eletrônico. Cada doação realizada deve gerar para o doador, obrigatoriamente, a emissão de recibo correspondente ao valor – sob a responsabilidade da entidade arrecadadora. Todas as informações relativas à doação devem ser enviadas de imediato, pela arrecadadora, à Justiça Eleitoral e para o candidato.

É preciso que seja dada ampla ciência, a candidatos e eleitores, acerca das taxas administrativas a serem cobradas pela realização do serviço. Os recursos precisam ser movimentados para a conta bancária

obrigatória “Doações para a Campanha”. As doações precisam estar no prazo observado pelo Calendário Eleitoral. E deve-se observar a legislação eleitoral relacionada à propaganda na internet.

Atenção

- É vedado receber, também, por intermédio de financiamento coletivo, recursos provenientes de pessoas jurídicas, de origem estrangeira e de pessoa física que exerça atividade comercial decorrente de permissão pública.

Fique de olho: recursos estimáveis em dinheiro, como serviços oferecidos pessoalmente — por exemplo, de motoristas —, e empréstimos, ou cessão de uso de veículos, imóveis, equipamentos de som, computadores e de outros bens móveis e imóveis, devem ser declarados e considerados como gastos de campanha.

- Todas as doações devem ser informadas em até 72 (setenta e duas) horas, com valor e identificação do doador, através do Sistema de Prestação de Contas Eleitorais (SPCE). E com emissão de recibo!

Fique de olho: bens estimáveis do/a próprio/a candidato/a precisam estar declarados no registro de candidatura.

- Em 31 de maio de 2022, o TSE respondeu à Consulta nº 0600244-02.2022.6.0000, Relator ministro Sergio Banhos, cujo entendimento foi reafirmado na sessão do dia 1º de julho de 2022, concluindo ser permitido aos Partidos Políticos:

- 1) “arrecadar, via PIX somente na modalidade do tipo chave CPF, doações de pessoas físicas destinando os valores para as contas de outros recursos e/ou doações de campanha;

- 2) realizar pagamentos, mediante PIX, pelas contas de outros recursos e do Fundo Partidário independentemente do período eleitoral, observado o limite de fundo de caixa estabelecido pela Res.-TSE 23.604;

- 3) arrecadar recursos fora do período eleitoral, na conta “doações para campanha”, por meio de venda de convites via PIX para ingresso em evento custeado com recursos da conta do Fundo Partidário e/ou da conta de outros recursos”.

ARRECADAÇÕES PROIBIDAS

É proibido receber quaisquer recursos financeiros, bens ou serviços provenientes de:

- pessoas jurídicas,
- origem estrangeira;
- e pessoa física com atividade comercial obtida por meio de concessão ou permissão pública.

A candidatura está impedida de receber doação de proprietário de empresa concessionária ou permissionária, por exemplo, de transporte público ou de emissora de Rádio e TV, bem como de:

- entidade ou governo estrangeiro;
- órgão da administração pública direta e indireta ou fundação mantida com recursos provenientes do Poder Público;
- concessionário ou permissionário de serviço público;
- entidade de direito privado que receba, na condição de beneficiária, contribuição compulsória em virtude de disposição legal;
- entidade de utilidade pública;
- entidade de classe ou sindical;
- pessoa jurídica sem fins lucrativos que receba recursos do exterior;
- entidades beneficentes e religiosas;
- entidades esportivas que recebam recursos públicos;
- entidades esportivas;
- organizações não-governamentais que recebam recursos públicos;
- organizações da sociedade civil de interesse público.

62

Atenção

As doações acima relacionadas são vedadas, mesmo de forma indireta, se recebidas através do partido ou na forma de publicidade.

Fique de olho: O uso de recurso de fontes vedadas (proibidas) na campanha pode resultar na desaprovação das contas, mesmo com a eventual devolução do dinheiro a quem fez a doação.

Atenção

O recurso recebido de fonte vedada deve ser imediatamente devolvido ao doador, sendo proibido seu uso ou aplicação financeira. Se por algum motivo for impossível a devolução imediata, o prestador de contas deve transferir, imediatamente, a quantia recebida ao Tesouro Nacional, por meio de Guia de Recolhimento da União (GRU). O recibo da operação deve ser guardado.

Lembre-se: Ongs e sindicatos não podem contribuir para a campanha seja com dinheiro, com bens ou serviços.

COMO RECEBER DOAÇÕES

Regras e Valores de Doações

As doações podem ser feitas:

- por pessoas físicas;
- provenientes de recursos próprios do/a candidato/a;
- somente por transação bancária, inclusive pela internet, sendo obrigatória a identificação do CPF do doador.

Atenção

Podem se captadas doações via instituições que promovam técnicas e serviços de financiamento coletivo por meio de sítios da internet, aplicativos eletrônicos e outros recursos similares.

Fique de olho: A doação ou cessão temporária, de bens e/ou serviços estimáveis em dinheiro, precisa da demonstração de que o doador é proprietário do bem ou é o responsável direto pela prestação de serviços.

Doações entre partidos políticos e candidatos

As doações de recursos estimáveis em dinheiro, captados para campanha eleitoral, realizadas entre partidos políticos, entre partido político e candidato e entre candidatos/as, estão sujeitas à emissão de recibo eleitoral. As doações de candidato/a não estão sujeitas ao limite aplicável às pessoas físicas, exceto quando se tratar de doação realizada com recursos próprios.

Os valores transferidos pelos partidos políticos oriundos de doações serão registrados na prestação de contas dos/as candidatos/as como transferência dos partidos e, na prestação de contas dos partidos, como transferência aos/às candidatos/as. As doações entre partidos políticos e candidatos/as devem identificar o CPF do doador originário das doações financeiras.

Importante: A armadilha dos recursos de origem não identificada! O uso de recursos de origem não identificada pode comprometer a prestação de contas da campanha eleitoral, com determinação de restituição da quantia arrecadada ao tesouro da União. O que caracteriza a irregularidade é a não identificação ou a identificação incorreta do nome ou do CPF do doador, inclusive de doadores originais de recursos provenientes de outros candidatos ou partidos.

VALORES, LIMITES E MODOS DE TRANSFERÊNCIA

Atenção aos valores de doação:

A transferência eletrônica é obrigatória para valores iguais e acima de R\$1.064,10 (um mil, sessenta e quatro reais e dez centavos).

Doação de valor igual ou superior a R\$ 1.064,10 (um mil, sessenta e quatro reais e dez centavos) só poderá ser realizada mediante transferência eletrônica entre as contas bancárias do doador e do beneficiário da doação.

O mesmo se aplica a doações sucessivas realizadas pelo mesmo doador em um mesmo dia.

Os depósitos identificados serão aceitos apenas para valores diários inferiores a R\$ 1.064,10 (um mil, sessenta e quatro reais e dez centavos).

Fique de olho: Se a doação estiver em desacordo com esta regra, a sua utilização estará

vedada e deverá ser obrigatoriamente devolvida ao doador ou, no caso de doador não identificado, recolhida ao Tesouro Nacional.

Limites de doação:

Autofinanciamento

Desde as eleições de 2020, foi introduzido um limite para os investimentos que os candidatos podem fazer em suas próprias campanhas. O autofinanciamento poderá ser realizado até o total de 10% (dez por cento) dos limites previstos para gastos de campanha no cargo concorrido.

Pessoa Física

O doador não pode contribuir além dos 10% (dez por cento) dos rendimentos brutos declarados no Imposto de Renda Pessoa Física do ano-calendário anterior ao das eleições. No caso das eleições deste ano, a referência são os rendimentos declarados em relação a 2021.

No caso da utilização de bens móveis e imóveis de propriedade da pessoa que tenha cedido para o uso da candidatura, como doação estimada em dinheiro, o limite é de R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais) e, se for ultrapassado, o doador pagará multa de até 100% do montante ultrapassado e o/a candidato/a poderá responder por abuso de poder econômico, além de estar sujeito/a à reprovação de sua prestação de contas.

O pagamento de honorários de serviços advocatícios e de contabilidade -- relacionados à prestação de serviços em campanhas eleitorais e em favor destas, bem como em processo judicial decorrente de defesa de interesses de candidato/a ou partido político -- não é computado no limite de gastos da campanha e não constitui doação de bens e serviços estimáveis em dinheiro, devendo, no entanto, ser registrado na prestação de contas.

FINANCIAMENTO DE CAMPANHA

Nada mais expressa o apoio à candidatura e ao projeto político-eleitoral do Partido do que as doações para a campanha, e em recursos arrecadados junto aos/às nossos/as eleitores, simpatizantes e militantes. Nossos adversários têm bilhões em recursos, e nós temos de buscar o apoio de milhões de brasileiros/as.

Mas para arrecadar recursos financeiros e estimados em dinheiro, é necessário atender aos seguintes pré-requisitos:

- Requerimento para registro de candidatura;

- inscrição da candidatura no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);
- conta bancária específica destinada a registrar a movimentação financeira de campanha, devidamente aberta;
- emissão de recibos eleitorais para receber doações.

Atenção

É obrigatória a abertura de contas bancárias específicas para receber e movimentar: doações de pessoas físicas; recursos do Fundo Partidário; do FEFC; e exclusivas para o Partido e para os/as candidatos/as.

É possível arrecadar recursos mesmo antes do atendimento desses requisitos, a partir de 15 de maio, através do crowdfunding ou vaquinha eletrônica. Os recursos arrecadados por este meio, no entanto, serão disponibilizados para utilização somente depois de homologado o registro, obtido CNPJ e aberta conta bancária específica para campanha eleitoral.

66

Lembre-se desta orientação: Cada esfera de direção do Partido (nacional, distrital e estadual) deve fazer a movimentação financeira de acordo com a fonte dos recursos e destinar uma conta bancária específica para cada uma das origens:

- Fundo Partidário;
- Fundo Especial de Financiamento de Campanha;
- Doações para Campanha;
- Outros recursos;
- Do programa de promoção e difusão da participação política das mulheres.

ABERTURA DAS CONTAS BANCÁRIAS

As contas devem ser abertas na Caixa Econômica Federal, no Banco do Brasil, ou em outra instituição reconhecida pela Banco Central do Brasil, e que atenda à obrigação prevista no artigo 13 da Resolução 23.607/2019, que possa captar depósitos à vista.

O/A candidato/a tem o prazo de 10 (dez) dias contados da data da concessão do CNPJ.

Como abrir a conta bancária do/a candidato/a

Ir a uma agência da circunscrição eleitoral, levando:

- O Requerimento de Abertura de Conta Bancária (RAC) preenchido, disponível na página dos Tribunais Regionais Eleitorais na internet;
- o comprovante de inscrição no CNPJ para eleições, disponível no site da Secretaria da Receita Federal;
- certidão de composição partidária, disponível na página do Tribunal Superior Eleitoral na internet;
- nome dos responsáveis pela movimentação da conta bancária, com endereço atualizado;
- os documentos de identidade do/a candidato/a e das pessoas autorizadas a movimentar a conta (o/a candidato/a pode indicar um/a administrador/a financeiro/a);
- comprovante de endereço;
- RG e CPF.

Atenção

- 1) Alguns bancos pedem a presença do/a candidato/a para abertura da conta.
- 2) O banco é obrigado a abrir a conta em 3 (três) dias no máximo. Há casos em que bancos indicam o prazo de 5 (cinco) a 10 (dez) dias para fornecer talão de cheques. Melhor verificar os bancos que possam fornecê-lo já na abertura da conta, ou com um prazo mínimo e razoável de pelo menos 48 h (quarenta e oito horas).
- 3) As contas abertas para o registro da movimentação financeira de campanha eleitoral não estão submetidas ao sigilo bancário disposto na Lei Complementar nº 105, de 10 de janeiro de 2001. Seus extratos são, portanto, de natureza pública e compõem a Prestação de Contas à Justiça Eleitoral.

Como abrir a conta bancária do Partido (caso ainda não tenha a conta “Doações para a campanha”):

Levar os mesmos documentos acima mencionados, mais a certidão de composição partidária, disponível no site do TSE.

As contas bancárias específicas da campanha devem ser identificadas pelos partidos e pelos/as candidatos/as de acordo com o nome constante no CNPJ fornecido pela Receita Federal. Os partidos políticos já devem possuir conta bancária de campanha eleitoral. A conta “Doações para Campanha” é permanente e foi instituída pela Resolução TSE nº 23.432/2014.

Atenção

O comprovante de endereço atualizado deve conter o mesmo endereço informado no Requerimento de Abertura de Conta (RAC)

Como proceder caso o/a candidato/a não obtenha o CNPJ no prazo de 48 horas previsto em Lei?

Deverá ser feita uma CORREÇÃO DA NEGATIVA DE GERAÇÃO DO CNPJ. Para isso, é preciso descobrir o que motivou a negativa. Se, após 48 horas do pedido de registro de candidatura, a Secretaria da Receita Federal do Brasil não conceder o CNPJ, o/a candidato/a deve verificar, na página de internet do Tribunal Regional Eleitoral do seu estado, o motivo da inviabilização da concessão, regularizar a situação pendente e tomar as providências necessárias.

CONTA BANCÁRIA E MOVIMENTAÇÃO FINANCEIRA DO PARTIDO

Cada Recurso na sua conta específica

Os partidos políticos devem ter contas bancárias distintas e específicas para o recebimento e a utilização de recursos oriundos do Fundo Partidário, e para aqueles provenientes do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC).

CANDIDATOS/AS A VICE

Os/As candidatos/as a vice não são obrigados/as a abrir conta bancária, mas, se abrirem, terão de prestar contas na prestação de contas dos titulares.

Atenção

Não confundir a conta bancária do/a candidato/a com aquela outra do Partido, que se destina à movimentação de recursos referentes às “Doações para Campanha”.

CRITÉRIOS DO PARTIDO PARA DISTRIBUIÇÃO DO FEFC

Procure conversar com a direção partidária para conhecer os critérios de distribuição do FEFC, que serão definidos pelo Comissão Central do Partido e pela Federação. No entanto, além das diretrizes partidárias e federativas, os critérios de distribuição do FEFC devem ainda obedecer aos seguintes percentuais:

- para as candidaturas femininas, o percentual corresponderá à proporção dessas candidaturas em relação à soma das candidaturas masculinas e femininas do Partido, não podendo ser inferior a 30% (trinta por cento);
- para as candidaturas de pessoas negras, o percentual corresponderá à proporção de:
 - a) mulheres negras e não negras do gênero feminino do Partido; e
 - b) homens negros e não negros do gênero masculino do Partido; e
 - c) os percentuais de candidaturas femininas e de pessoas negras serão obtidos pela razão dessas candidaturas em relação ao total de candidaturas do Partido em âmbito nacional.

ORIGEM DOS RECURSOS

- Recursos próprios dos/as candidatos/as;
- doações financeiras ou estimáveis em dinheiro de pessoas físicas;

- doações de outros partidos políticos e de outros/as candidatos/as que integrem a Federação ou, no caso das candidaturas majoritárias, da coligação;
- doação de campanha para a candidatura;
- comercialização de bens e/ou serviços ou promoção de eventos de arrecadação realizados diretamente pelo/a candidato/a ou pelo partido político;
- recursos próprios dos partidos políticos, desde que identificada a sua origem.

RECURSOS DOS PARTIDOS

Os recursos próprios dos partidos – com exceção daqueles provenientes do Fundo Partidário e do Fundo Especial de Financiamento de Campanha – devem, obrigatoriamente, ser depositados na conta “Doações para Campanha” antes da aplicação nas campanhas eleitorais.

70

Atenção

Os recursos do partido político, arrecadados fora do período eleitoral, têm origem, destino e prestação de contas regulados em legislação e resoluções específicas.

EMPRÉSTIMOS PESSOAIS

A utilização de recursos próprios que tenham sido obtidos mediante empréstimo somente é admitida quando a contratação ocorra em instituições financeiras ou equiparadas, autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil, e, no caso de candidatos/as, quando cumpridos os seguintes requisitos cumulativos:

- estejam caucionados por bem integrante do seu patrimônio no momento do registro de candidatura;
- não ultrapassem a capacidade de pagamento decorrente dos rendimentos de sua atividade econômica.

OUTROS RECURSOS – A aplicação de recursos recebidos em anos anteriores

As doações realizadas por pessoas físicas ou as contribuições de filiados/as recebidas pelos partidos políticos, em anos anteriores ao da eleição – para sua manutenção ordinária, creditadas na conta bancária destinada à movimentação financeira de “Outros Recursos”, prevista na resolução que trata das prestações de contas anuais dos partidos políticos –, podem ser aplicadas nas campanhas eleitorais, desde que observados os seguintes requisitos cumulativos:

- Identificação da sua origem e escrituração individualizada das doações e contribuições recebidas, na prestação de contas anual, assim como seu registro financeiro na prestação de contas de campanha eleitoral do partido político;
- observância das normas estatutárias e dos critérios definidos pelos respectivos órgãos de direção nacional, que devem ser fixados objetivamente e encaminhados ao Tribunal Superior Eleitoral até a data determinada no Calendário Eleitoral;
- transferência para a conta bancária “Doações para Campanha”, antes de sua destinação ou utilização, respeitados os limites legais impostos a tais doações, calculados com base nos rendimentos auferidos no ano anterior ao da eleição em que a doação for aplicada, ressalvados os recursos do Fundo Partidário, cuja utilização deverá observar o disposto no § 1º do artigo 11 da Resolução nº 23.553; e
- identificação, na prestação de contas eleitoral do partido político e também nas respectivas contas anuais, do nome ou razão social e do número do CPF da pessoa física, ou do CNPJ do/a candidato/a ou partido doador, bem como a identificação do número do recibo de doação original.

DAS FONTES DE RECURSOS PÚBLICOS

Fundo Partidário

O partido político que aplicar recursos do Fundo Partidário na campanha eleitoral, e já tiver aberto conta bancária previamente para movimentação desse tipo de recursos, deve fazer a movimentação financeira diretamente nessa conta bancária, vedada a transferência desses recursos para a conta “Doações para Campanha” ou para a conta destinada à movimentação de recursos do FEFC.

Atenção

É proibido transferir recursos do Fundo de Campanha (FEFC) para as contas “Doações de Campanha” e Fundo Partidário.

FUNDO ESPECIAL DE FINANCIAMENTO DE CAMPANHA (FEFC)

Para usar recursos do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC), o/a candidato/a deverá fazer requerimento por escrito à Comissão Política Nacional do Comitê Central do PCdoB.

Se não houver candidatura própria ou em coligação na circunscrição, fica vedada a distribuição do recurso correspondente para outros/as candidatos/as ou partidos. Ou seja, só é permitida a transferência de recursos entre partidos coligados.

Recursos do FEFC não usados devem ser restituídos ao Tesouro Nacional. Do montante total recebido, no mínimo 30% (trinta por cento) devem ser aplicados nas campanhas das mulheres.

Os Comitês Estaduais do PCdoB podem receber do Comitê Central recursos do FEFC, como procedimento descentralizado de distribuição – respeitada a decisão da CPN de acordo com os critérios fixados pelo Comitê Central.

Os recursos do FEFC, contudo, só podem ser gastos com despesas diretamente relacionadas à campanha eleitoral. Portanto, somente despesas de campanha, em benefício das candidaturas, respeitado o mínimo de 30% (trinta por cento) para as candidatas mulheres. Os recursos que não forem gastos diretamente pelo Comitê Estadual com as candidaturas devem ser transferidos em tempo hábil para os candidatos e para as candidatas.

RECURSO GARANTIDO PARA AS MULHERES

Serão aplicados nas campanhas das candidatas no mínimo 30% (trinta por cento) do que for destinado para a campanha eleitoral, do Fundo Partidário e do Fundo Especial para Financiamento de Cam-

panha. O PCdoB reservará, conforme foi decidido pelo STF, os recursos do FEFC proporcionalmente ao número de candidatas do Partido nesta eleição.

Dúvidas sobre a distribuição do FEFC entre as candidaturas de mulheres

Pode haver transferência de recursos entre candidaturas, mesmo se entre majoritárias e proporcionais e vice-versa? E entre candidaturas ao mesmo cargo? E com relação à transferência de recursos de candidatas para candidaturas de homens? E as candidaturas de mulheres podem contabilizar esses recursos para verificação do mínimo exigido em candidaturas de mulheres?

Resposta: A verba oriunda da reserva de recursos do Fundo Partidário, destinada ao custeio das candidaturas femininas, deve ser aplicada pela candidata no interesse de sua campanha ou de outras campanhas femininas, sendo ilícito o seu emprego, no todo ou em parte, exclusivamente para financiar candidaturas masculinas, não ficando impedido o pagamento de despesas comuns com candidatos do gênero masculino; a transferência ao órgão partidário de verbas destinadas ao custeio da sua cota-parte em despesas coletivas; e outros usos regulares dos recursos provenientes da cota de gênero – desde que, em todos os casos, haja benefício para campanhas femininas. Assim, no que se refere às candidaturas de mulheres, as transferências são possíveis, porque o percentual de destinação de recursos do FEFC será mantido. Mas não é possível a transferência de recursos do FEFC por candidaturas de mulheres para candidaturas de homens, por implicar a alteração da proporção de gastos com candidaturas de mulheres.

E, quando houver transferência de recursos do FEFC entre partidos da mesma coligação, como se calcula o mínimo de recursos do FEFC para as candidaturas de mulheres? Há responsabilidade solidária ou só de um partido? E qual deles?

Resposta. Na hipótese de transferência de recursos do FEFC entre um partido e outro, será necessário assegurar que o mínimo de recursos para candidaturas de mulheres já tenha sido atendido. E quando um partido receber recursos do FEFC de outro partido, como houve acréscimo na receita do FEFC, deverá assegurar aplicação, em candidaturas de mulheres, do percentual mínimo em relação ao total de recursos recebidos do FEFC. É importante observar que “a verba do Fundo Partidário destinada ao custeio das campanhas femininas e de pessoas negras deve ser aplicada exclusivamente nestas campanhas, sendo ilícito o seu emprego no financiamento de outras campanhas não contempladas nas cotas a que se destinam”, salvo: “o pagamento de despesas comuns com candidatos do gênero masculino e de pessoas não negras; a transferência ao órgão partidário de verbas destinadas ao custeio da sua cota-parte

em despesas coletivas, desde que haja benefício para campanhas femininas e de pessoas negras” (§§ 5º e 6º do artigo 19, da Resolução TSE nº 23.607/2019). Já o § 3º, do artigo 25, da referida Resolução TSE 23.607/2019, prevê a possibilidade de partidos políticos e candidatos/as doarem “entre si bens próprios ou serviços estimáveis em dinheiro, ou ceder seu uso, ainda que não constituam produto de seus próprios serviços ou de suas atividades”. Esta possibilidade legítima, portanto, que um partido político possa contratar despesas de campanha em benefício de todas as suas candidaturas, procedendo a doações estimáveis em dinheiro, como também proceder a transferência de recursos financeiros que, nos termos do inciso V, do artigo 15, da Resolução TSE nº 23.607/2019, sejam provenientes do Fundo Partidário, do Fundo Especial de Financiamento de Campanha, de doações de pessoas físicas, de contribuições de filiados, da comercialização de bens, serviços ou promoção de eventos de arrecadação e de rendimentos decorrentes da locação de bens próprios dos partidos políticos, ou gerados pela aplicação de suas disponibilidades.

Quanto à promoção das candidaturas de mulheres, o recurso do FEFC e o tempo de propaganda de TV/Rádio serão calculados considerando a porcentagem de 30% (trinta por cento), ou considerando a efetiva proporção de candidaturas de mulheres em relação ao total de candidaturas (mulheres e homens), que pode ser, por exemplo, 33%?

Resposta. Considerando a proporção das candidaturas de mulheres em relação ao total das candidaturas do Partido.

GASTOS ELEITORAIS

Período de Gastos

No primeiro turno, ocorrerá até 02 de outubro de 2022. No segundo turno, até 30 de outubro de 2022.

LIMITE DE GASTOS POR CARGO ELETIVO NAS ELEIÇÕES 2022

O limite de gastos nas campanhas dos/as candidatos/as às eleições para governador/a, deputado/a estadual, deputado/a federal, senador/a e presidente da república, nas respectivas circunscrições, nas eleições de 2022, de acordo com Resolução do TSE, aprovada na sessão administrativa do dia 30 de junho de 2022, será o mesmo limite estabelecido para as eleições de 2018, atualizado monetariamente, de acordo com o IPCA, do IBGE. O TSE divulgará, em ato próprio, os limites de gastos para cada candidatura, em cada unidade da Federação, nos termos da referida Resolução aprovada.

Como já se sabe, para todos os partidos, o valor do FEFC será maior do que na campanha de 2018, pois houve significativo aumento da dotação orçamentária para o FEFC, cuja distribuição já foi calculada e divulgada, inclusive com correção aprovada na sessão administrativa realizada no dia 1º de julho de 2022, que, segundo o TSE, acarretará aumento dos recursos devidos ao PCdoB.

Atenção: O descumprimento dos limites de gastos fixados para cada campanha acarretará o pagamento de multa em valor equivalente a 100% (cem por cento) da quantia que ultrapassar o limite estabelecido, sem prejuízo da apuração da ocorrência de abuso do poder econômico.

CÁLCULO DO LIMITE DE GASTOS

O limite de gastos compreende a soma dos gastos feitos pelo/a candidato/a com os efetuados pelo Partido que possam ser individualizados na eleição. Ou seja, é o total dos gastos de campanha contratados pelos/as candidatos/as, somado às transferências financeiras efetuadas para outros partidos políticos ou outros/as candidatos/as e às doações estimáveis em dinheiro recebidas.

Atenção

Em caso de valores transferidos pelo/a candidato/a à conta bancária do Partido, estes serão considerados, para aferição do limite de gastos, no que excederem as despesas realizadas pelo partido político em prol de sua candidatura.

Exceção: No caso citado, não se somam ao limite de gastos permitidos: - Os valores relativos à transferência das sobras de campanhas; e - os valores doados por pessoas físicas que, somados aos recursos públicos recebidos, ao excederem o limite de gastos permitido para a respectiva campanha, sejam transferidos ao partido do/a candidato/a. E os valores gastos com pagamentos de honorários advocatícios e de contabilidade integram a prestação de contas, mas não se sujeitam, conforme já exposto, à limitação do valor permitido para a campanha.

LIMITES DOS GASTOS POR ITEM DE CAMPANHA

São considerados gastos eleitorais, sujeitos a registro a limites, as despesas realizadas com os seguintes fins:

- Confecção de material impresso de qualquer natureza e tamanho;
- propaganda e publicidade direta ou indireta, por qualquer meio de divulgação, destinadas a conquistar votos;
- aluguel de locais para a promoção de atos de campanha eleitoral;
- despesas com transporte ou deslocamento de candidato/a e de pessoal a serviço das candidaturas;
- correspondência e despesas postais;
- despesas de instalação, organização e funcionamento de Comitês e serviços necessários às eleições;
- remuneração ou gratificação de qualquer espécie a pessoal que preste serviços às candidaturas ou aos comitês eleitorais;
- montagem e operação de carros de som, de propaganda e assemelhados;
- realização de comícios ou eventos destinados à promoção de candidatura;
- produção de programas de rádio, televisão ou vídeo, inclusive os destinados à propaganda gratuita;
- realização de pesquisas ou testes pré-eleitorais;
- custos com a criação e inclusão de sítios na internet e com o impulsionamento de conteúdos contratados diretamente com provedor da aplicação de internet com sede e foro no País.

LIMITE DE GASTOS COM PESSOAL

Há um limite no número de pessoal contratado para prestar serviços de atividades de militância e mobilização de rua nas campanhas eleitorais. Os critérios para aferição são por número de eleitores: 1% (um por cento) do eleitorado em estados com até trinta mil eleitores. Nos estados e no Distrito Federal, corresponderá ao número máximo apurado por município, acrescido de uma contratação para cada mil eleitores que excederem o número de trinta mil.

Há ainda os seguintes limites para cada cargo em disputa:

I – Presidente da República e Senador: em cada estado, o número estabelecido para o município com o maior número de pessoas eleitoras;

II – Governador de Estado e do Distrito Federal: no estado, o dobro do limite estabelecido para o município com o maior número de eleitoras ou de eleitores e, no Distrito Federal, o dobro do número alcançado no inciso II do caput do artigo 41, da Resolução TSE 23.607/2019;

III – Deputado federal: na circunscrição, 70% (setenta por cento) do limite estabelecido para o município com o maior número de eleitoras ou de eleitores, e, no Distrito Federal, esse mesmo percentual aplicado sobre o limite calculado na forma do inciso II do caput, considerado o eleitorado da maior região administrativa;

IV – Deputado estadual ou distrital: na circunscrição, 50% (cinquenta por cento) do limite estabelecido para deputadas/os federais.

O Tribunal Superior Eleitoral, após o fechamento do cadastro eleitoral, divulgará, na sua página na internet, os limites quantitativos de cada pleito.

LIMITE DE GASTOS COM ALIMENTAÇÃO

Alimentação do pessoal que presta serviços às candidaturas ou aos comitês de campanha: 10% (dez por cento) do total dos gastos de campanha.

LIMITE DE GASTOS COM VEÍCULOS E TRANSPORTE (inclui combustível)

Aluguel de veículos automotores: 20% (vinte por cento) do total dos gastos da campanha.

LIMITE DE SAQUES PARA CAIXINHA

Podem ser constituídas reservas em dinheiro para pagamento de pequenas despesas, desde que:

- observem o saldo máximo de 2% (dois por cento) dos gastos contratados, vedada a recomposição;
- os recursos destinados à respectiva reserva transitem previamente pela conta bancária específica de campanha;
- o saque para constituição do Fundo de Caixa seja realizado mediante cartão de débito ou emissão de cheque nominativo em favor do/a próprio/a sacado/a.

A candidata ou o candidato a vice ou a suplente não pode constituir Fundo de Caixa.

Para efeito de reserva em dinheiro, consideram-se gastos de pequeno vulto as despesas individuais que não ultrapassem o limite de meio salário-mínimo, vedado o fracionamento de despesa, sendo que os pagamentos de pequeno valor realizados por meio do Fundo de Caixa não dispensam a respectiva comprovação, na forma do artigo 60 desta Resolução TSE 23.607/2019.

DESPESAS COM HONORÁRIOS ADVOCATÍCIOS E DE CONTABILIDADE

As despesas com consultoria, assessoria e pagamento de honorários, realizadas em decorrência da prestação de serviços advocatícios e de contabilidade no curso das campanhas eleitorais, serão consideradas gastos eleitorais, mas serão excluídas do limite de gastos de campanha. O pagamento efetuado por terceiro, neste caso, não compreende doação eleitoral. Para fins de pagamento das despesas, inclusive com honorários, poderão ser utilizados recursos da campanha, do/a candidato/a, do Fundo Partidário ou do FEFC.

OS GASTOS COM COMITÊ ELEITORAL

O aluguel de comitê de campanha é contado como gasto eleitoral do/a candidato/a ou do partido. Se for compartilhado, a fração devida deverá ser lançada no valor de doação estimável de cada candidato/a, inclusive as despesas de manutenção, mas excetuadas as despesas com pessoal. Ao se abrir o comitê, é preciso comprovar gastos com água e luz. Gastos com telefonia são considerados eleitorais, com exceção das linhas telefônicas em nome do/a candidato/a – até o limite de 3 (três) –, que se encontram no âmbito das despesas pessoais.

78

Atenção

Os gastos eleitorais efetivam-se na data da sua contratação, independentemente da realização do seu pagamento, e devem ser registrados na prestação de contas no ato da sua contratação.

Dentro dos limites legais, e sendo registrados, os partidos podem fazer os seguintes gastos eleitorais:

- Confecção de material impresso de qualquer natureza, observado o tamanho máximo determinado em lei;
- propaganda e publicidade direta ou indireta, por qualquer meio de divulgação;
- aluguel de locais para a promoção de atos de campanha eleitoral;
- correspondências e despesas postais;
- despesas com transporte ou deslocamento de candidato/a e de pessoal a serviço das candidaturas, com exceção de condutor e de carro usado pelo/a candidato/a.

Neste caso, também não são considerados gastos de campanha a alimentação e a hospedagem do motorista e o uso de telefone registrado em nome do/a candidato/a. Importante: Os gastos pessoais do/a candidato/a não são considerados eleitorais e nem se sujeitam à prestação de contas. Dentre eles:

- Combustível e manutenção de veículo automotor usado pelo/a candidato/a na campanha;
- remuneração, alimentação e hospedagem do condutor do veículo;
- alimentação e hospedagem própria;
- uso de até 3 (três) linhas telefônicas registradas em seu nome como pessoa física.

Atenção

Em todo material de campanha eleitoral impresso, deverão constar, obrigatoriamente:

- o CNPJ do/a candidato/a;
- o CNPJ da gráfica;
- a respectiva tiragem e nome da coligação.

Caso o material seja feito por eleitor, deverá constar:

- o CNPJ do/a candidato/a;
- o CNPJ da gráfica; e
- o CPF do eleitor que pagou pelo material.

Atenção

O material feito por eleitor não deve ser distribuído por equipes contratadas e não deve ficar no comitê eleitoral. É uma ação do eleitor, não do/a candidato/a. Os materiais impressos devem conter o número de inscrição no CNPJ ou o número de inscrição do CPF do responsável pela confecção, bem como de quem a contratou e a respectiva tiragem. O pagamento dos gastos eleitorais contraídos pelos/as candidatos/as será de sua responsabilidade. Os partidos responderão somente pelos gastos que realizarem de acordo com a legislação e pelas despesas que forem assumidas após o dia da eleição.

CAIXINHA DE COMITÊ

Consideram-se gastos de pequeno vulto as despesas individuais que não ultrapassem o limite de R\$ 606,00 (seiscentos e seis reais), vedado o fracionamento de despesa, devendo sua comprovação ser feita na prestação de contas do/a candidato/a.

GASTOS DE SIMPATIZANTE

Com a finalidade de apoiar candidato/a de sua preferência, qualquer eleitor pode realizar pessoalmente gastos no total de R\$ 1.064,10 (um mil, sessenta e quatro reais e dez centavos), não sujeito à contabilização, desde que não reembolsado. O comprovante da despesa deve ser emitido em nome do eleitor.

Atenção

Se os bens e serviços objeto desses gastos forem entregues ou prestados ao/à candidato/a, deixam de ser gastos de simpatizante e passam a ser caracterizados como doação, sujeitando-se a todas as regras aplicáveis às doações.

FORMAS DE PAGAMENTO

Os gastos eleitorais de natureza financeira só podem ser efetuados por meio de:

- cheque nominal cruzado;
- transferência bancária que identifique o CPF ou CNPJ da beneficiária ou do beneficiário;
- débito em conta;
- cartão de débito da conta bancária;
- PIX, somente se a chave utilizada for o CPF.

COMO FAZER CONTRATOS

A prestação de contas da campanha inicia-se no momento da contratação do serviço/produto. Veja o passo a passo para confeccionar um contrato:

Passo 1: A seleção da contratada

- Tomada de preço, precificação, orçamento;
- Escolha da empresa, prestador de serviço, serviço ou produto;
- Verificação dos documentos legais (CNPJ, Contrato Social, Certidões Negativas Débitos Trabalhistas, Receita Federal, FGTS).

Passo 2: A elaboração do contrato envolve:

- A definição do tipo de contrato;
- a qualificação das partes;
- a definição do Objeto do Contrato;
- as obrigações das partes contratantes;
- a indicação do prazo de execução do serviço;
- a vigência do contrato;
- o preço a ser pago e a forma de pagamento;
- as condições para a rescisão do contrato.

Atenção

O Objeto do contrato deve ser claro, estar de acordo com o serviço a ser prestado e com a natureza (ver cartão CNPJ) da empresa, caso seja Pessoa Jurídica (PJ).

Não se esqueça: Os contratos devem prever entrega de Relatórios e de Prova de Realização do Serviço ou Produto.

Deverá constar compromisso para que a CONTRATADA apresente relatórios pormenorizados da execução dos serviços, com a obrigatoriedade de reapresentação sempre que ocorrer atualizações de informações em relação ao último relatório apresentado.

Deverá constar compromisso para que a CONTRATADA apresente prova documental da realização da prestação de serviços, como relatórios, artes, exemplares de produtos, modelos, conteúdos, rascunhos, imagens, vídeos e outras formas de comprovação.

Não se esqueça: Os contratos devem ser claros sobre a forma que o serviço será prestado, com especificações e destacando quantidade, qualidade, prazo e a maneira como será feita a entrega do serviço ou produto.

Deverão constar a forma de prestação dos serviços, o prazo e forma de entrega, destacando quantidade, qualidade e suas especificações, inclusive técnicas. Deverão constar, ainda, o preço/valor total, unitário, quantidade dos serviços, periodicidade em que será prestado, forma de pagamento, quantidade de parcelas a ser pagas, indicação das respectivas datas de vencimento, da forma de pagamento, com indicação de conta corrente bancária de titularidade da CONTRATADA.

Não se esqueça: Os contratos devem prever as obrigações formais de emissão de notas fiscais e os índices de multa e juros a serem aplicados em casos previstos, como atraso de entrega ou de pagamento. A previsão de multas e/ou juros deverá indicar os respectivos índices a ser adotados para os casos da sua incidência, a forma e período de aplicação. Deverá constar a obrigatoriedade da emissão da nota fiscal de prestação de serviços pela CONTRATADA, com o correto e integral preenchimento do documento fiscal, data da emissão, descrição detalhada dos serviços, valor da operação, a correta identificação do emitente e do destinatário, que correspondam à qualificação das partes pactuantes constantes do contrato.

Importante: Atenção às obrigações trabalhistas para terceiros: o contrato deve prever a responsabilização da contratada quanto a eventuais terceirizações de serviços e de pessoas físicas por ela firmadas, isentando a contratante de quaisquer obrigações fiscais, trabalhistas e previdenciárias. Eventuais terceirizações de serviços de pessoas jurídicas, quando indispensáveis, deverão constar de forma explícita, com expressa responsabilização da CONTRATADA pelos respectivos custos, e condicionadas às empresas que apresentem código de atividades fiscais compatíveis aos serviços prestados e com sua regularidade fiscal previamente comprovada e atestada pelos órgãos de fiscalização a que deva estar submetida. A contratação de todas as pessoas físicas necessárias à execução dos serviços deverá constar de forma explícita, com expressa responsabilização da CONTRATADA pelos respectivos custos, comprovada por relação de nomes, indicação das funções e dos respectivos regimes de contratação, como CLT, autônomos, freelancers ou outras formas legalmente previstas. Sempre que o regime de contratação de pessoas físicas exigir, a CONTRATADA deverá comprovar os recolhimentos das respectivas obrigações fiscais, trabalhistas e previdenciárias, ou apresentar fundamentação legal para a sua dispensa. Deverão constar a responsabilização explícita e exclusiva da CONTRATADA, por quaisquer obrigações decorrentes de subcontratações de pessoas físicas ou jurídicas, bem como a explícita inexistência de quaisquer vínculos entre as empresas ou pessoas terceirizadas com a parte CONTRATANTE. Importante: O contrato deve prever confidencialidade das informações sensíveis expostas na campanha. Deverá constar cláusula de confidencialidade que resguarde todas as informações veiculadas entre CONTRATADA e CONTRATANTE e que envolvam a prestação de serviços contratada. Não se esqueça de escolher o Foro da Comarca! Deverá ser eleito o Foro da Comarca, da cidade onde o órgão partidário tenha sua sede, ou da residência da candidatura que for contratante, como competente para dirimir as dúvidas ou controvérsias, com renúncia expressa a qualquer outro foro.

Atenção

Para contratação de serviços prestados à campanha eleitoral, os termos contratuais devem estar ajustados às exigências da Justiça Eleitoral. Sempre que o detalhamento das condições estabelecidas nas cláusulas contratuais ou os documentos não forem apresentados, na forma que atenda às exigências da Justiça Eleitoral, será proposta nova redação ou exigidos novos documentos, ou a pessoa a ser contratada deverá ser trocada, antes de o contrato ser celebrado.

PASSO 3 – PAGAMENTOS E DOCUMENTOS PARA A CONTRATAÇÃO

O pagamento de serviços e produtos para Pessoas Jurídicas

O pagamento será feito mediante preenchimento de cheque nominal em favor do/a contratado/a ou por transferência eletrônica para conta em nome do/a contratado/a. No pagamento de serviços para Pessoas Físicas, para contratação de Pessoas Físicas, é necessário:

- Verificação dos documentos legais (CPF, RG, Título de Eleitor, comprovante de endereço, Certificado de Reservista se do sexo masculino);
- elaboração de contrato de Prestação de Serviços (constar emissão de Recibo de Pagamento de Autônomos, RPA) – somente caso a contratação seja feita pelo Partido;
- fazer o pagamento somente mediante preenchimento de cheque nominal em favor do contratado ou em conta bancária de titularidade do contratado. Importante: É vedado o pagamento em nome de terceiros e/ou depósitos em contas de outros que não os/as qualificados/as em contrato. Importante: O Contrato para campanha eleitoral não gera vínculo empregatício, no caso de contratação de pessoa física.

SOBRE OS RECIBOS ELEITORAIS

Em toda e qualquer arrecadação de recursos, deverá ser emitido recibo eleitoral do/a candidato/a titular. O recibo é obrigatório para:

- Doações estimáveis em dinheiro, inclusive os próprios;
- doações pela internet; doações com cartão de crédito;
- arrecadação realizada pelo/a vice ou suplente.

As doações financeiras devem ser comprovadas, obrigatoriamente, por meio de documento bancário que identifique o CPF/CNPJ dos doadores, sob pena de configurar o recebimento de recursos de origem não identificada. Os/As candidatos/as deverão imprimir recibos eleitorais diretamente do Sistema de Prestação de Contas Eleitorais (SPCE). Os partidos políticos deverão utilizar os recibos emitidos pelo Sistema de Prestação de Contas Anual (SPCA), ainda que as doações sejam recebidas durante o período eleitoral. Os recibos eleitorais deverão ser emitidos em ordem cronológica concomitantemente ao recebimento da doação. No caso das doações com cartão de crédito, o recibo eleitoral deverá ser emitido no ato da doação, devendo ser cancelado na hipótese de estorno, desistência ou não confirmação da despesa do cartão.

Fique de Olho: Não precisam da emissão do recibo eleitoral:

- a - a cessão de bens móveis inferior ao valor de R\$ 4.000,00 (quatro mil reais);
- b - doações estimáveis em dinheiro entre candidatos/as e partidos políticos decorrentes do uso comum tanto de sedes quanto de materiais de propaganda eleitoral, cujo gasto deverá ser registrado na prestação de contas do responsável pelo pagamento da despesa;
- c - a cessão de automóvel de propriedade do/a candidato/a, do cônjuge e de seus parentes até o terceiro grau para seu uso pessoal durante a campanha.

Cuidado com a pegadinha: A dispensa da emissão de recibo não desobriga o registro dos valores das operações na prestação de contas do doador e do beneficiário. Lembre-se, uso comum que dispensa recibo é o compartilhamento de idêntico espaço físico para atividades de campanha, incluindo a doação estimável referente à locação e à manutenção do espaço físico e pessoal, com exceção da despesa com pessoal contratado para as atividades de militância e mobilização de rua na campanha eleitoral.

AS PRESTAÇÕES DE CONTAS DAS CAMPANHAS

A Prestação de Contas é uma obrigação de todas as candidaturas, e de todos os comitês partidários do PCdoB (Comitê Central, Comitês Estaduais e do Distrito Federal), ainda que não haja movimentação de recursos financeiros ou estimáveis em dinheiro durante a campanha eleitoral.

COMO ELABORAR E APRESENTAR A PRESTAÇÃO DE CONTAS

Cuidados na confecção dos Comprovantes de Arrecadação de Recursos e Realização de Gastos

A comprovação dos gastos eleitorais é feita mediante a apresentação de documento fiscal idôneo, emitido em nome dos/as candidatos/as e dos partidos políticos, sem emendas ou rasuras, devendo conter:

- Data de emissão;
- descrição detalhada;
- valor da operação;
- identificação do emitente e do destinatário ou dos contraentes pelo nome ou razão social, CPF ou CNPJ; e
- endereço.

A Prestação de Contas deverá conter:

- A qualificação do/a candidato/a, dos responsáveis pela administração de recursos e do profissional habilitado em contabilidade;
- recibos eleitorais emitidos;
- recursos arrecadados, com a identificação das doações recebidas, financeiras ou estimáveis em dinheiro, e daqueles oriundos da comercialização de bens e/ou serviços e da promoção de eventos;
- receitas estimáveis em dinheiro, com a descrição do bem recebido ou do serviço prestado – com valores estimados dentro da média praticada pelo mercado;
- eventuais sobras ou dívidas de campanha;

- gastos individuais realizados pelo/a candidato/a e pelo partido;
- gastos realizados pelo partido político em favor do/a seu/sua candidato/a e conciliação bancária;
- doações efetuadas a outros partidos políticos e/ou outros/as candidatos/as;
- transferência financeira de recursos entre o partido político e seu/sua candidato/a, e vice-versa;
- receitas e despesas, especificadas; eventuais sobras ou dívidas de campanha;
- gastos individuais realizados pelo/a candidato/a e pelo partido político;
- gastos realizados pelo partido político em favor do/a seu/sua candidato/a;
- comercialização de bens e/ou serviços e/ou da promoção de eventos, com a discriminação do período de realização, o valor total auferido, o custo total, as especificações necessárias à identificação da operação e a identificação dos adquirentes dos bens ou serviços;
- apresentação dos seguintes documentos referentes à conciliação bancária, quando houver diferença entre o saldo financeiro do demonstrativo de receitas e despesas e o saldo bancário registrado em extrato: a- extratos das contas bancárias abertas em nome do/a candidato/a e do partido político; b- extratos da conta aberta para movimentação de recursos do Fundo Partidário; e c- extratos da conta aberta para movimentação de recursos do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC);
- comprovantes de recolhimento (depósitos/transferências), à respectiva direção partidária, das sobras financeiras de campanha;
- documentos fiscais que comprovem a regularidade dos gastos eleitorais realizados com recursos do Fundo Partidário e com recursos do Fundo Especial de Financiamento de Campanha;
- declaração firmada pela direção partidária, comprovando o recebimento das sobras de campanha constituídas por bens e/ou materiais permanentes, quando houver;
- autorização do órgão nacional de direção partidária, na hipótese de assunção de dívida pelo partido político, acompanhada dos documentos previstos no § 3º do artigo 35 da Resolução TSE nº 23.553/2017;
- instrumento de mandato para constituição de advogado para a Prestação de Contas;
- comprovantes bancários de devolução dos recursos recebidos de fonte vedada ou guia de recolhimento ao Tesouro Nacional dos recursos provenientes de origem não identificada;

- notas explicativas, com as justificações pertinentes. O extrato de prestação de contas deve ser assinado: pelo/a candidato/a titular e pelo/a vice ou suplente, se houver; pelo administrador financeiro, na hipótese de prestação de contas de candidato/a, se constituído; pelo presidente e pelo tesoureiro do partido político, na hipótese de prestação de contas de partido político; pelo profissional habilitado em contabilidade.

Importante: Os Tribunais Eleitorais preferem que os documentos tenham uma versão digitalizada em pdf – que admite o emprego de sistema de buscas pelo computador. Lembre-se: É obrigatória a constituição de advogado para a Prestação de Contas.

Atenção

A rigor, a Prestação de Contas começa com a arrecadação de recursos financeiros, creditados na conta bancária da candidatura ou do Partido, que deverão registrar no SPCE, no prazo de 72 (setenta e duas) horas do crédito da quantia na conta corrente.

Atenção para os prazos de Prestação de Contas parcial.

De 09 a 13 de setembro – Entregar a Prestação de Contas Parcial – receitas e despesas;

15 de setembro – divulgação pela Justiça Eleitoral.

Até as eleições de 2018, a Justiça Eleitoral admitiu que receitas e despesas que não tenham sido registradas na prestação de contas parcial, fossem apresentadas na Prestação de Contas final, 30 (trinta) dias após o dia das eleições no primeiro turno. Mas a partir das eleições de 2020 e nas eleições de 2022, a omissão do registro de receitas arrecadadas e despesas realizadas, por ocasião da apresentação da prestação de contas parcial, caracteriza-se como infração grave, a ser apurada no julgamento da prestação de contas final, tendo presente a dimensão de sua irregularidade.

A Prestação de Contas Parcial deve ser realizada exclusivamente em meio eletrônico, via o Sistema de Prestação de Contas Eleitorais (SPCE) do TSE. A demonstração deverá conter o registro da movimentação financeira de campanha ocorrida desde o início até o dia 8 de setembro.

Atenção

Quando houver empréstimo pessoal do/a candidato/a para financiamento da campanha, além de todos os requisitos a serem observados para obtenção do empréstimo, o/a candidato/a e o partido político devem comprovar à Justiça Eleitoral, até a entrega da prestação de contas final, a realização do empréstimo por meio de documentação legal e idônea e, na hipótese de candidato/a, a sua integral quitação em relação aos recursos aplicados em campanha, sendo que pode ser exigida pela Justiça Eleitoral a identificação da origem dos recursos para quitação do empréstimo, sob pena de serem os recursos considerados de origem não identificada.

Prazos para a Prestação de Contas Final:

Prestação de Contas Final: 1º Turno – até 1º de novembro

Prestação de Contas Final: 2º Turno – até 19 de novembro

Importante: Uma vez que as contas finais e os extratos eletrônicos recebidos tenham sido apresentados, a documentação ficará disponível na página eletrônica do TSE para imediata publicação de edital, a fim de que, no prazo de 3 (três) dias, qualquer cidadão, candidato, partido, coligação, ou o Ministério Público, possa contestá-la e pedir sua impugnação.

SISTEMA DE PRESTAÇÃO DE CONTAS ELEITORAIS (SPCE)

Além da conta bancária, o/a candidato/a deverá utilizar o SPCE, sistema on-line desenvolvido pelo TSE. Neste sistema são inseridas todas as informações financeiras pertinentes às receitas e despesas das campanhas. O programa é disponibilizado no próprio site do TSE e, com ele, o/a candidato/a poderá fazer

as emissões dos recibos eleitorais. Esses documentos devem ser emitidos para todos os recursos recebidos, tanto em dinheiro como em forma de doação ou empréstimo de bens estimáveis, mesmo que sejam recursos do/a próprio/a candidato/a.

OUTROS SISTEMAS DO TSE

- CNPJ de Campanha: Consulte o histórico de CNPJ de Candidatos;
- RAC (Requerimento de Abertura de Conta Bancária);
- Nota fiscal eletrônica e informações de permissionários;
- IDC (Informações Durante a Campanha): refere-se ao sistema para o cadastro de informações voluntárias de doadores e fornecedores.

Atenção

Caso ocorra alguma falha no envio da Prestação de Contas, procure o órgão da Justiça Eleitoral.

A PRESTAÇÃO DE CONTAS SÓ ACABA DEPOIS DE JULGADA, COM TRÂNSITO EM JULGADO DO ACÓRDÃO DO TRE OU DO TSE!

Todos/as os/as que prestam contas devem ficar atentos/as, pois, havendo indício de irregularidade na Prestação de Contas, a Justiça Eleitoral pode requisitar, por decisão do Relator, informações adicionais, bem como determinar diligências específicas para a complementação dos dados ou para o saneamento das falhas, com a perfeita identificação dos documentos ou elementos que devem ser apresentados.

Se documentos necessários para a apreciação das contas não forem apresentados, e tendo o/a candidato/a, ou mesmo o partido político, sido intimado para complementar ou apresentar documentação que não tenha sido apresentada, o Tribunal Regional Eleitoral, bem como o Tribunal Superior Eleitoral poderão julgar as contas como não prestadas.

A decisão que julgar as contas eleitorais como não prestadas acarreta: ao/à candidato/a, o impedimento de obter a certidão de quitação eleitoral até o final da legislatura do cargo para o qual concorreu, persistindo os efeitos da restrição após este período até a efetiva apresentação das contas. E ao partido político, a consequência punitiva é a perda do direito ao recebimento da cota do Fundo Partidário.

Desaprovadas as contas, a Justiça Eleitoral remeterá cópia de todo o processo ao Ministério Público Eleitoral para os fins previstos no artigo 22 da Lei Complementar nº 64/1990 (Lei nº 9.504/1997, artigo 22, § 4º).

Se o/a eleito/a perder o prazo para apresentação da Prestação de Contas, a sua diplomação fica impedida enquanto perdurar a omissão.

Os documentos do/a candidato/a e do partido, referentes à campanha, deverão ser conservados até 180 (cento e oitenta) dias após a diplomação.

Atenção

Qualquer partido político, ou coligação, pode entrar com uma representação à Justiça Eleitoral, no prazo de 15 (quinze) dias contados da data da diplomação, relatando fatos e indicando provas, e com pedido de abertura de investigação judicial, para apurar condutas em desacordo com as normas vigentes relativas à arrecadação e a gastos de recursos.

ATENÇÃO COM A INADIMPLÊNCIA!

Até o dia 1º de novembro de 2022, data-limite para a Prestação de Contas do primeiro turno, o/a candidato/a poderá arrecadar recursos para não fechar a campanha com dívidas. No caso da Prestação de Contas do segundo turno, esse prazo vai até 19 de novembro.

O Comitê Estadual e do Distrito Federal do Partido poderá assumir ou não a dívida do/a candidato/a inadimplente, após autorização da Direção Nacional do Partido.

As eventuais sobras de campanha em bens e valores deverão ser repassadas ao Partido.

Atenção

É importante que se faça um termo de cessão de empréstimo para cada bem emprestado durante a campanha, pois, se for configurada doação, os bens serão considerados como sobra de campanha para o Partido.

PRESTAÇÃO DE CONTAS COM DESPESAS COM CONTADOR E ADVOGADO

A Lei nº 13.877/2019 incluiu na Lei das Eleições (9.504/1997), a previsão segundo a qual o pagamento de honorários advocatícios e de contabilidade, no curso das campanhas, poderá ser realizado também com recursos do Fundo Partidário e do FEFC, o Fundo Eleitoral.

E passou a ser expressamente admitido na Lei dos Partidos Políticos (9.096/1995), que os partidos possam contratar, com as verbas do Fundo Partidário, serviços de consultoria contábil e advocatícia, inclusive para atuação jurisdicional em ações de controle de constitucionalidade e em demais processos judiciais e administrativos de interesse partidário, bem como nos litígios que envolvam candidatos/as do partido, eleitos/as ou não, desde que relacionados exclusivamente ao processo eleitoral.

Além disso, a lei exclui dos limites de gastos de candidatos/as e partidos as despesas advocatícias e de contabilidade em campanhas eleitorais que possam ser individualizadas.

Também exclui esses dispêndios de limites que possam impor dificuldade ao exercício da ampla defesa. Esta é uma inovação introduzida para as eleições de 2022.

Outro aspecto da nova regra é que, para fins de pagamento de honorários advocatícios e de contabilidade, o pagamento efetuado por terceiro não compreende doação eleitoral.

Apesar de esse tipo de despesa não estar sujeito ao limite de gastos de campanha, todos os valores despendidos deverão constar da prestação de contas regularmente.