

Eleições Municipais 2020

GUIA PRÁTICO DE DIREITO ELEITORAL



Coordenação

Renato Ribeiro de Almeida

Autores

Kaleo Dornaika Guaraty

Vitor Elias Venturin

Juacy dos Santos Loura Jr.

Cecilio Aparecido Maturana

Barbara Krysttal Motta Almeida Reis

Caio Morau

José Ernesto F. de Oliveira

Paulo Ricardo Santana

Frederico Becker

Adriano Alves

Arthur Bezerra de Souza Jr.

Camilo Onoda Caldas

Audrey Rodrigues de Oliveira

Milton Dotta Junior

Eloiza Almeida

Rubens Beçak

Winallan Junio Lopes da Silva

GUIA PRÁTICO DE DIREITO ELEITORAL

Tudo o que você precisa saber sobre as regras das Eleições 2020



COORDENADOR

Renato Ribeiro de Almeida – Doutor em Direito pela Universidade de São Paulo. Mestre em Direito Político e Econômico pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Membro da Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político. Membro da Comissão Estadual de Direito Eleitoral da OAB/SP. Professor diversos cursos de pós-graduação em Direito Eleitoral. Fundador de Ribeiro de Almeida & Advogados Associados.

AUTORES

Kaleo Dornaika Guaraty – Bacharel e mestrando em Direito pela Universidade de São Paulo. Vice-Presidente da Comissão de Direito Eleitoral da OAB de Ribeirão Preto. Advogado em Ribeiro de Almeida & Advogados Associados.

Vitor Elias Venturin – Bacharel em Direito pela Universidade de São Paulo. Especialista em Direito Constitucional e Eleitoral pela Universidade de São Paulo. Advogado em Ribeiro de Almeida & Advogados Associados.

Adriano Alves – Especialista em Direito Público, com pós-graduação em Direito Processual (PUC) e pós-graduação em Direito e Processo Eleitoral pela EPM (Escola Paulista da Magistratura) e EJEP - TRE/SP (Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo). Diplomado em Direção de Programas e Políticas Sociais - Universidad San Buena Ventura de Medellín (Colômbia). Advogado associado em Ribeiro de Almeida & Advogados Associados. Membro da Comissão Estadual de Direito Eleitoral.

Arthur Bezerra de Souza Jr. – Doutor em Direito Político e Econômico pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Mestre em Direito Constitucional pela Uninove. Especialista em Direito Processual pela Unisul. Professor convidado da Pós Graduação Lato Sensu em Direito da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Professor na graduação em Direito na Unip, Uninove e na School of legal studies da Ambra University-USA. Advogado associado em Ribeiro de Almeida & Advogados Associados.

Audrey Rodrigues de Oliveira - Advogado especialista em Direito Eleitoral. Presidente da Comissão de Direito Eleitoral da Subseção da OAB de Mogi das Cruzes. Membro da Comissão Estadual de Direito Eleitoral da OAB/SP.

Barbara Krysttal Motta Almeida Reis – Pós-graduada na Escola de Contas do Tribunal de Contas do Município de São Paulo. Graduada em Gestão de Políticas Públicas pela Universidade de São Paulo. Conselheira de Combate à Corrupção da União dos Vereadores do Brasil. Líder de Pesquisa na área de Políticas Públicas de Defesa Nacional do Laboratório de Segurança Internacional e Defesa Nacional da Escola Superior de Guerra. Consultora de Inteligência e Contra Inteligência Sagres e Auditora de Operações Especiais.

Caio Morau - Doutorando, Mestre e Bacharel em Direito pela USP, com um ano da graduação cursado na Universidade de Paris. Professor de Direito Civil e Direito Empresarial da Universidade Católica de Brasília. Assessor jurídico no Senado Federal, advogado e árbitro (Câmara de Mediação e Arbitragem Especializada - CAMES). Organizador da obra “História e Futuro do Direito Brasileiro” e autor do livro “Casamento e Afetividade no Direito Brasileiro”, ambos publicados pela Editora LiberArs.

Camilo Onoda Caldas - Pós-doutor pela Universidade de Coimbra em Democracia e Direitos Humanos. Doutor em Filosofia e Teoria Geral do Direito pela Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo. Graduado e Mestre em Direito Político e Econômico pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. Bacharel em Filosofia pela FFLCH-USP. Foi professor titular do Curso de Direito das Faculdades Integradas da Fundação Padre Albino e Editor-chefe da Revista Acadêmica Direito e Sociedade. É professor do Programa de Mestrado da Escola Paulista de Direito (EPD) e da Universidade São Judas Tadeu. Atua como professor convidado do curso de MBA da Escola Paulista de Direito e da Escola de Governo (São Paulo/SP). Pesquisador do Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO), da Faculdade 28 de Agosto (São Paulo) e do Instituto Luiz Gama, no qual é Diretor Executivo.

Cecilio Aparecido Maturana – Administrador de empresas e contabilista com mais de trinta anos de atuação na gestão de partidos políticos e na prestação de contas partidárias e eleitorais. Membro da ABRADep.

Eloiza Almeida - Bacharel em Direito pela Universidade Toledo de Araçatuba. Advogada em Ribeiro de Almeida & Advogados Associados.

Frederico Becker - Ex-prefeito de Bom Jesus/RS. Especialista em Gestão e Administração Pública. Advogado associado em Ribeiro de Almeida & Advogados Associados.

José Ernesto Furtado de Oliveira - Promotor de Justiça aposentado, graduado em Ciências Jurídicas e Sociais pela Faculdade de Direito de São Bernardo do Campo – SP. Mestre em Direito Internacional do Consumidor pela Universidade Católica de Santos. Professor de Direito Civil na Faculdade de Direito da Universidade Metropolitana de Santos (UNIMES) e da Faculdade de Direito da Universidade Santa Cecília de Santos (UNISANTA). No Ministério Público do Estado de São Paulo, atuou nas Promotorias de Justiça Criminal, Eleitoral, Mandado de Segurança, Registros Públicos e Falências (setor de Liquidação de Bancos, Instituições Financeiras, Seguradoras e Consórcios). Junto à 2ª Instância atuou como Promotor de Justiça Designado para o exercício das funções junto à Procuradoria de Direitos Difusos e Coletivos na qualidade de parecerista nas áreas do Patrimônio Público (Improbidade Administrativa), Consumidor e Meio Ambiente. Assessor Parlamentar na ALESP. Autor do livro “Guia Prático da Probidade Administrativa”.

Juacy dos Santos Loura Jr. - Conselheiro Federal da OAB. Foi juiz titular do TRE-RO (2012 a 2017), ouvidor do TRE-RO e Presidente do Colégio de Ouvidores da Justiça Eleitoral. Mestre em Direito Eleitoral pela Uninove. Membro fundador da Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político. Membro fundador e atual presidente do Instituto de Direito Eleitoral de Rondônia. Membro fundador do Colégio de Juristas da Justiça Eleitoral. Vice-presidente da Comissão Especial de estudos da Reforma Política do Conselho Federal da OAB. Membro titular da Comissão Especial de Direito Eleitoral do Conselho Federal da OAB e membro titular da Comissão Especial de Direito Eleitoral da OAB São Paulo. Advogado Associado em Ribeiro de Almeida & Advogados Associados.

Milton Dotta Junior - Advogado Especialista em Direito Público pela Universidade Gama Filho. Membro da Comissão de Direito Estadual de Direito Eleitoral da OAB/SP.

Paulo Ricardo Santana – Especialista em Direito Eleitoral e Direito Administrativo. Professor Universitário. Pós-graduado em Direito Eleitoral pela PUC-MG. Mestrando em Administração Pública-Privada pela Universidade de COIMBRA. Pós-graduado em Direito Administrativo pela UNIRP, MBA em Gestão (com ênfase em Administração Educacional) pela UNAERP. Expert in Compliance pelo Instituto ARC-SP. Especializado em Gestão de Compliance pelo INSPER. Advogado associado em Ribeiro de Almeida & Advogados Associados.

Rubens Beçak - Professor de graduação e pós-graduação da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo - USP Ribeirão Preto. Mestre e Doutor em Direito Constitucional e Livre-docente em Teoria Geral do Estado pela Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (Largo de São Francisco). Ex-Presidente da Comissão de Pós-graduação da FDRP-USP. Coordenador do Curso de Pós-Graduação em Direito Constitucional e Eleitoral da USP (latu sensu). Entre 2010 e 2014, foi Secretário Geral da USP. Professor visitante da Universidad d Salamanca – USAL vinculado ao programa de Master en Estudios Brasileños. Co-editor da publicação internacional Revista de Estudios Brasileños - Revista de Estudos Brasileiros. Entre 2014 e 2018, foi Coordenador do Núcleo dos Direitos da Pró-Reitoria de Cultura e Extensão Universitária da USP.

Winallan Junio Lopes da Silva - Bacharel em Direito pela Faculdade de Direito de São Bernardo do Campo. Pós-graduado em Direito Eleitoral e Processual Eleitoral pela Escola Judiciária Eleitoral Paulista do TRESP – 2017; Leciona na Faculdade de Direito de Santo André/SP - FADISA Direito Eleitoral e Direito Penal. Ex-Presidente da Comissão de Direito Eleitoral da Subseção da OAB de São Bernardo do Campo. Membro da Comissão Estadual de Direito Eleitoral da OAB/SP.

APRESENTAÇÃO

Sinto-me sobremodo feliz com o honroso convite manifestado pelo ilustre colega Dr. Renato Ribeiro de Almeida, coordenador da obra Guia Prático de Direito Eleitoral, atualizado com as resoluções do TSE para as eleições de 2020, para prefaciá-lo esse trabalho que trará importante colaboração para expressivo contingente de operadores do Direito Eleitoral.

Os esforços acadêmicos dos eleitoralistas participantes Kaleo Dornaika Guaraty, Vitor Elias Venturin, Adriano Alves, Arthur Bezerra de Souza Junior, Audrey Rodrigues de Oliveira, Barbara Krysttal Motta Almeida Reis, Caio Morau, Camilo Onoda Caldas, Cecilio Aparecido Maturana, Eloiza Almeida, Frederico Becker, José Ernesto Furtado De Oliveira, Juacy Dos Santos Loura Junior, Milton Dotta Junior, Paulo Ricardo Santana, Rubens Beçak, Winallan Junio Lopes Da Silva trazem segurança às consultas dos eleitoralistas, sempre a enfrentar uma nova reforma a cada eleição.

O inesquecível Professor André Franco Montoro afirmava, em suas aulas, que é exatamente no município que se decidem os destinos do país e as condições de vida da população. Costumava o saudoso professor da PUC-SP a utilizar a tão conhecida observação de Brecht, conclamando:

“O pior analfabeto é o analfabeto político. Ele não sabe que o custo de vida, o preço do feijão, da farinha, do aluguel, do sapato e do remédio dependem das decisões políticas”.

Sabemos todos que o sistema brasileiro de tomada de decisões políticas ainda apresenta defeitos marcantes, oriundos de uma longa e profunda tradição autoritária, centralizadora e elitista. Entre as tantas mazelas que assolam o sistema, pode-se apontar: a centralização unipessoal do poder, o sistema eleitoral defeituoso, a má organização partidária e a desproporção na representatividade política dos estados federados no Poder Legislativo.

O poder unipessoal centralizado deu origem à máxima política do “poder da caneta”, geratriz de muitas deformações e injustiças na *res publica* brasileira, tanto em nível federal, como estadual e municipal.

Há de se salientar, também, que a concentração de poder político propiciou em nosso país uma ambiência conjuntural favorável para o clientelismo, a corrupção e o desvio de recursos públicos. A conquista do poder passou a ser um negócio, de natureza privada, desprezando-se o elemento finalístico do Estado, fazendo surgir

ambições políticas e financeiras de má-fé, o que gera inevitáveis embates eleitorais. A conjuntura de enfrentamento do COVID 19, nessas eleições, acentua a problemática, visto que a pandemia tem sido usada por malfeitores para o cometimento de ilícitos.

Convivemos com uma necessidade permanente de reformas em matéria eleitoral com fins de buscarmos a ampliação da democracia representativa para que as legítimas demandas da sociedade possam se sedimentar. As reformas se fazem necessárias quando as estruturas já estão superadas ou não conseguem se concatenar com as novas exigências da realidade política.

Vê-se, pois, que o presente livro do jurista Dr. Renato Ribeiro de Almeida, que hoje se notabiliza como um respeitado estudioso do Direito Eleitoral, reveste-se de flagrante atualidade. Mercê da exposição segura e dos superiores conhecimentos dos autores na matéria, creio vaticinar que o mesmo está destinado a oferecer uma preciosa contribuição para as eleições de 2020.

Por tudo isso, prefaciá-lo muito me honra e desvanece.

Vânia Siciliano Aieta - Professora do Programa de Pós-Graduação em Direito da Faculdade de Direito da UERJ, Doutora em Direito Constitucional pela PUC-SP, com estágio pós-doutoral em Direito Constitucional pela Universidade de Santiago de Compostela, Espanha, e pela PUC-Rio, Brasil. Mestre em Teoria Geral do Estado e Direito Constitucional pela PUC-Rio. Visiting Researcher na Universidade de Santiago de Compostela, Espanha e Visiting Scholar na Università Unitelma Sapienza, Roma, Itália. Coordenadora-Geral Adjunta da ABRADep (Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político). Presidente da ESDEL (Escola Superior de Direito Eleitoral). Membro do IBRADE (Instituto Brasileiro de Direito Eleitoral). Líder dos grupos de pesquisa no CNPQ Observatório do Direito Eleitoral e Neuromarketing e Psicometria Eleitoral.



PALAVRAS DO COORDENADOR

O Direito Eleitoral é a ferramenta pela qual candidatos e partidos atingem seus objetivos. Tanto é assim, que sua relevância para a sociedade e para a democracia justifica a existência de uma justiça especializada, incumbida da importante tarefa de lidar com questões basilares de um Estado Democrático de Direito. No regime

democrático de direito, cabe decidir-se não pela simples legalidade do mandato, mas também é mister que se discuta sua legitimidade, consolidando os mandamentos constitucionais da cidadania, soberania popular, sufrágio universal e os princípios republicanos e federativos.

Com as reformas eleitorais, todas pessoas do meio jurídico, bem como os cidadãos, precisam se atentar para as mudanças nos pleitos seguintes. Este manual, fruto do trabalho conjunto dos membros do escritório **Ribeiro de Almeida & Advogados Associados**, advogados associados, parceiros e consultores, busca reunir experiências acadêmicas de pesquisas e exercício da docência em cursos de graduação e pós-graduação associadas à vivência prática de uma combativa advocacia na seara eleitoral.

De modo direto, mas sem abrir mão do rigor técnico, o manual apresenta as correntes doutrinárias e jurisprudenciais em cada um dos temas desenvolvidos, com profunda pesquisa bibliográfica e julgados atualizados. É voltado ao uso do dia-a-dia, sanando as principais dúvidas e oferecendo informações úteis a servidores da Justiça Eleitoral, advogados, membros do Ministério Público Eleitoral, magistrados e a todos os cidadãos brasileiros, cada vez mais politizados e atentos aos temas aqui debatidos.

Fale com o coordenador: renato@ribeirodealmeida.adv.br.

ÍNDICE

ESCOLHA DE CANDIDATOS E CONVENÇÕES PARTIDÁRIAS	12
Quem pode disputar?	12
Apresente-se na Convenção Partidária	12
Como é feita a escolha dos candidatos nas convenções?	13
Mulheres na política	14
Quantos candidatos cada partido pode lançar? E quantas candidatas?	14
REGISTRO DE CANDIDATURA	16
Sobre a obtenção do registro de candidatura	16
Quais documentos devem ser apresentados no registro?	16
Sobre o julgamento do registro pela Justiça Eleitoral	17
Registros <i>sub judice</i>	17
É possível substituir um candidato?	17
Perdeu o prazo do registro? Registre-se individualmente	18
Qual nome posso utilizar nas eleições?	18
Nome social da pessoa travesti ou transexual	18
Candidaturas femininas falsas (“laranjas”)	19
INÍCIO DA CAMPANHA ELEITORAL	21
A “pré-campanha”	21
A campanha eleitoral antecipada	22
Vedações gerais quanto ao conteúdo da propaganda	23
Propaganda Eleitoral na Internet	24
Regras do Impulsionamento de conteúdo	25

	Mensagens eletrônicas	26
Propaganda Impressa (folhetos, adesivos, volantes, “santinhos”, etc.)		26
	Propaganda impressa (jornais e revistas)	27
	Propaganda no rádio e na televisão	28
	Divisões de tempo no rádio e na televisão	29
	Propaganda por inserções na programação normal	31
	Quem pode aparecer nas propagandas eleitorais gratuitas?	32
O que pode ser mostrado nas propagandas eleitorais gratuitas?		33
	Distribuição de brindes, camisetas e objetos de propaganda	33
	Uso de bandeiras, faixas e banners	34
	Comícios	34
	Carreatas e passeatas	34
O que fazer diante de irregularidades em propagandas de adversários?		35
	REGRAS DE FINANCIAMENTO ELEITORAL	36
Quais são os pré-requisitos para a arrecadação de recursos de campanha?		36
	Quais as fontes lícitas de arrecadação recursos da campanha?	37
	O que são os fundos de campanha?	38
	Critérios de distribuição do FEFC entre os partidos	39
	Critérios internos dos Partidos	40
Aplicação do Fundo Partidário e do FEFC às candidaturas femininas		40
	Contas bancárias	40
	Recibos Eleitorais	41
	Emissão facultativa de recibos eleitorais	42
	São permitidos empréstimos bancários?	43
	Doações eleitorais	43
O que é o Financiamento Coletivo (Crowdfunding)?		44

Como é feito o financiamento coletivo?	44
Doação de pessoas físicas	45
Gastos eleitorais	46
Quando começam a ser contabilizado os gastos eleitorais?	46
Como podem ser feitos os gastos eleitorais?	46
Gastos de pequeno vulto	47
Gastos diretamente realizados pelo eleitor	47
Sobras financeiras de campanha	48
Prestação de contas	48
Atuação necessária de advogado e contador	48
Prazos	49

TABELA ANEXA 1: CANDIDATOS E CANDIDATAS POR PARTIDO 50

**TABELA ANEXA 2: DOCUMENTOS NECESSÁRIOS AO REGISTRO DE
CANDIDATURA 52**

ANEXO 3 –ATA DA CONVENÇÃO PARTIDÁRIA 53

ESCOLHA DE CANDIDATOS E CONVENÇÕES PARTIDÁRIAS

QUEM PODE DISPUTAR?

Todos os brasileiros filiados a partidos políticos, brasileiros, maiores de **18 anos** para a disputa do cargo de Vereador e maiores de **21 anos** para o cargo de Prefeito.

Para concorrer às eleições, o candidato deverá possuir **domicílio eleitoral** na respectiva circunscrição e estar filiado a partido político pelo prazo de **6 (seis) meses** antes do pleito, ou seja, antes do **dia 4 de abril de 2020**.

Esteja atento: consulte um advogado eleitoralista caso tenha dúvidas sobre condenações criminais ou por improbidade administrativa.

APRESENTE-SE NA CONVENÇÃO PARTIDÁRIA

Os partidos políticos realizam reuniões para a deliberação de seus assuntos internos. São as chamadas convenções. Podem acontecer a qualquer tempo quando tratam de assuntos e resoluções diversas. Porém, **entre 20 de julho e 5 de agosto**, há um tipo especial de convenções na qual os pré-candidatos devem estar presentes. É a convenção para a escolha dos candidatos que disputarão as eleições.

As convenções partidárias são públicas, o que significa que **todos podem participar**, ainda que não filiados. Podem, além disso, ocorrer em mais de uma sessão, uma vez que não se resolvam todos os assuntos em um único encontro. O requisito imposto legalmente é o de que todas as assembleias **possuam ata, a qual constará formalmente tudo o que for decidido na convenção**, especialmente a ocorrência de coligação, nome dos candidatos escolhidos, cargo pretendido e número. Em até 24 horas do término da Convenção, a ata deverá ser levada à Justiça Eleitoral.

Esteja atento: As regras de escolha dos candidatos e candidatas devem obedecer aos estatutos dos partidos.

Esse formalismo legal busca impedir que partidos lancem candidatos “de surpresa”, comprometendo a equanimidade. A lavratura da ata irá compor um documento chamado **DRAP (Demonstrativo de Regularidade dos Atos Partidários)**, necessário ao registro do candidato.

As atas de convenção para a escolha de candidatos devem ser lavradas em livro próprio e que esteja **rubricado com antecedência pelo Juiz da Zona Eleitoral** responsável pela eleição.

COMO É FEITA A ESCOLHA DOS CANDIDATOS NAS CONVENÇÕES?

O estatuto dos partidos precisa seguir princípios democráticos e da isonomia, garantindo a todos os filiados a possibilidade de acesso à disputa eleitoral. Muito embora os critérios de escolha sejam considerados **matéria interna** ao partido - ou seja, não há lei que indique como os candidatos devem ser escolhidos -, Justiça Eleitoral já anulou indicações de candidatos em razão de violação de princípios

Esteja atento: eventuais atos ilícitos, atentatórios à dignidade ou irrazoáveis, ocorridos durante a convenção, devem constar na ata que será levada à apreciação judicial, como forma de garantia da legitimidade de escolha dos candidatos e candidatas.

constitucionais. Assim, a escolha em convenção deve seguir regras democráticas, com **igual oportunidade de fala e manifestação**.

MULHERES NA POLÍTICA

A partir de 2009 foi adicionado o parágrafo 3º ao artigo 10 da Lei n. 9.540/1997, o qual determina que cada partido ou coligação deve preencher sua lista de candidatos indicados ao pleito com a **proporção de 70 e 30% para cada sexo**, sempre arredondando as frações para o inteiro positivo maior. Este artigo, além de outros como aqueles que dispõem sobre a proporcionalidade de recursos financeiros e do tempo de propaganda, são marcos históricos na luta por representatividade feminina nos cargos políticos.

QUANTOS CANDIDATOS CADA PARTIDO PODE LANÇAR? E QUANTAS CANDIDATAS?

Cada partido político ou coligação poderá requerer registro de um candidato a Prefeito com seu respectivo Vice para cada Município. Cada partido político poderá registrar candidatos para a Câmara de Vereadores no total de até **150% (cento e cinquenta por cento)** do número de lugares a preencher. O número de lugares varia de acordo com a população do Município e pode ser consultado na **Tabela Anexa 1**.

Confira: Na ata a ser entregue à Justiça Eleitoral deverá constar a relação dos candidatos escolhidos em convenção com a indicação do cargo para o qual concorrem, o número atribuído conforme os arts. 14 e 15 desta Resolução, o nome completo, o nome para urna, a inscrição eleitoral, o CPF e o gênero.

Caso não seja indicado o número máximo de candidatos, os órgãos de direção dos respectivos partidos políticos poderão preencher as vagas remanescentes, requerendo o registro até **30 (trinta) dias do pleito**.

A correta proporção será analisada por meio do **Demonstrativo de Regularidade de Atos Partidários (DRAP)** no ato de registro e deferida pelo juízo competente. Um dos possíveis problemas jurídicos nesta etapa é a alteração superveniente da proporção do partido, seja pela inclusão ou exclusão de membros após, por exemplo, a renúncia ou o indeferimento do registro. Atualmente, a Justiça Eleitoral entende que a proporção deve ser atendida no momento de apresentação do DRAP, e não em momento posterior, mesmo que haja indeferimento de pedido de registro ou renúncia de candidato.

REGISTRO DE CANDIDATURA

SOBRE A OBTENÇÃO DO REGISTRO DE CANDIDATURA

Após a convenção partidária, os candidatos solicitarão seus **registros** perante a Justiça Eleitoral por meio de seus partidos e coligações. Os registros são solicitados por meio do **Sistema de Candidaturas Módulo Externo desenvolvido pelo TSE, o CANDex**, e deve ser acompanhado por vias assinadas do formulário **Demonstrativo de Regularidade de Atos Partidários (DRAP)** e **Requerimento de Registro de Candidatura (RRC)**, ambos emitidos pelo sistema. Nas eleições de 2020, segundo a Resolução n. 23.609, em seu artigo 19, os partidos políticos e as coligações solicitarão à Justiça Eleitoral o registro de seus candidatos **até as 19 (dezenove) horas do dia 15 de agosto** do ano em que se realizarem as eleições.

QUAIS DOCUMENTOS DEVEM SER APRESENTADOS NO REGISTRO?

Os documentos devem ser apresentados pelo partido ou coligação perante a Justiça Eleitoral, mas cada candidato deverá reuni-los como forma de facilitar o andamento dos registros. São necessários os documentos relacionados na **Tabela Anexa 2.**

O pedido deve ser subscrito pelo **Presidente do Diretório partidário ou da Comissão Diretora Provisória** ou ainda por delegado autorizado em documento autêntico. Nos casos das coligações, devem subscrever o pedido todos os Presidentes de partidos, ou seus delegados, representantes, ou a maioria dos membros dos respectivos órgãos executivos de direção.

A **Secretaria Judiciária** publicará os pedidos de registro, para ciência dos interessados, no **Diário da Justiça Eletrônico**. Caberá a qualquer candidato, partido político, coligação ou ao Ministério Público Eleitoral, no prazo de 5 dias após a publicação do edital, impugná-lo.

SOBRE O JULGAMENTO DO REGISTRO PELA JUSTIÇA ELEITORAL

Transcorrido o prazo sem que os adversários apresentem impugnação, o cartório ou secretaria emite certidão informando sobre a regularidade, podendo a autoridade judicial entender a necessidade de diligências para correção de erros sanáveis, no prazo de **72 horas**.

Pode o juiz, nesta etapa, encaminhar os autos para o **Ministério Público** para a aferição na qualidade de fiscal da lei, assim como requerer diligências para aclarar possíveis dúvidas. São aferidas a regularidade da situação do partido e da coligação, a adequação do número de registros ao estipulado em lei, a proporção de vagas femininas e masculinas, dentre outros quesitos. O deferimento do registro de candidatura depende do deferimento do DRAP, do preenchimento das **condições de elegibilidade, ausência de hipótese de inelegibilidade** e presença das demais condições apontadas e correto preenchimento dos formulários tal como apresentado a seguir.

REGISTROS SUB JUDICE

O candidato cujo registro esteja *sub judice*, ou seja, ainda pendente de julgamento pela Justiça Eleitoral, poderá efetuar todos os atos relativos à campanha eleitoral, inclusive utilizar o horário eleitoral gratuito no rádio e na televisão e ter seu nome mantido na urna eletrônica enquanto estiver sob essa condição. Apenas com o indeferimento do registro o candidato deverá deixar a disputa. Importante destacar, entretanto, que o cômputo dos votos atribuídos ao candidato cujo registro esteja sub judice no dia da eleição fica condicionado ao deferimento do registro do candidato.

É POSSÍVEL SUBSTITUIR UM CANDIDATO?

A substituição é possível tanto para candidatos quanto candidatas nos casos de registro indeferido, cancelado, cassado, renúncia ou falecimento. Tanto nas eleições majoritárias quanto nas proporcionais, a substituição somente deve ser efetivada se o novo pedido for apresentado até **20 (vinte) dias antes do pleito**,

exceto no caso de falecimento de candidato, quando a substituição poderá ser efetivada após esse prazo.

PERDEU O PRAZO DO REGISTRO? REGISTRE-SE INDIVIDUALMENTE

Se o pedido não for feito tempestivamente no dia **15 de agosto** do ano eleitoral, até as **19 horas**, o partido ou coligação poderão fazê-lo perante a Justiça Eleitoral no máximo até dois dias seguintes à publicação da lista dos candidatos por meio do **Requerimento de Registro de Candidatura Individual (RRCI)**.

Vale lembrar que o registro de candidatura individual consiste em possibilidade de resolver eventuais falhas e esquecimentos quando do registro regular de todos os candidatos, priorizando o direito à maior participação possível nas eleições.

Cuidado: Esta hipótese causa o transtorno de lidar com vários pedidos em separado, protocolando os candidatos individualmente, o que pode levar horas, correndo-se novamente o risco de comprometer as candidaturas pela perda do prazo.

QUAL NOME POSSO UTILIZAR NAS ELEIÇÕES?

O **nome** indicado, que será também utilizado na urna eletrônica, deve ter máximo trinta caracteres, incluindo-se o espaço entre os nomes, podendo ser o prenome, sobrenome, cognome, nome abreviado, apelido ou nome pelo qual o candidato é mais conhecido, desde que não se estabeleça dúvida quanto à sua identidade, não atente contra o pudor e não seja ridículo ou irreverente. Também é vedado na composição do nome o uso de expressão ou de **siglas pertencentes a qualquer órgão da administração pública direta, indireta federal, estadual, distrital e municipal** (Exemplo: Paulo da USP, José do Banco do Brasil, etc.).

NOME SOCIAL DA PESSOA TRAVESTI OU TRANSEXUAL

A partir de 2018, a Justiça Eleitoral passou a reconhecer a possibilidade de identificação pelo **nome social**. A pessoa travesti ou transexual poderá, por

ocasião do alistamento ou de atualização de seus dados no Cadastro Eleitoral, se registrar com seu nome social e respectiva identidade de gênero. Considera-se nome social a designação pela qual a pessoa travesti ou transexual se identifica e é socialmente reconhecida. O nome social não poderá ser ridículo ou atentar contra o pudor.

CANDIDATURAS FEMININAS FALSAS (“LARANJAS”)

É vedado ao partido se valer de candidatas apenas para cumprir a proporção de gênero que a lei manda, não oferecendo às candidatas **reais condições de voto**.

A Justiça Eleitoral verifica se houve o **real comprometimento do partido** com as candidaturas femininas analisando se houve uma quantidade de votos muito pequena ou zerada, similitude na prestação de contas, reconhecimento de parentesco entre candidatos, ausência de propaganda eleitoral, não comparecimento em convenções, dentre outros critérios. Por isso é imprescindível que as candidaturas sejam reais e amparadas por todos os membros e membras do partido.

Já aconteceu: O caso de maior destaque das eleições de 2016 foi o de Valença do Piauí, no qual vereadores foram condenados pelo Tribunal Regional Eleitoral do Piauí (TRE-PI) por lançarem candidaturas femininas fictícias para alcançar o mínimo de 30% de mulheres na coligação e se beneficiarem dessas candidaturas fantasmas. O TSE confirmou a decisão do Tribunal cassando toda a chapa, responsabilizando todos os candidatos de modo a realçar a gravidade do feito.

Caso semelhante se deu no município de Cafelândia -SP, no qual houve também a cassação todos os candidatos de uma coligação devido à suposta utilização de candidatas laranjas. O caso, reforçando a jurisprudência, contou com o desenvolvimento de parâmetros sobre o conteúdo probatório que deve instruir essa modalidade de cassação. De outro lado, a defesa reforçou a necessidade de observância estrita das regras do princípio da ampla defesa e o contraditório, que vedam, como no caso, a oitiva dos réus em sede de procedimento administrativo, sem a presença de advogados. Ainda que obtidas em âmbito de inquérito, as

provas foram aceitas. Esse destacado caso teve a atuação do escritório *Ribeiro de Almeida & Advogados Associados*.

INÍCIO DA CAMPANHA ELEITORAL

A campanha eleitoral é o momento no qual atividades de organização e comunicação são desenvolvidas por candidatos e partidos, tendo por objetivo transmitir suas ideias e convencer a população a conceder-lhes o voto. Em **16 de agosto** se inicia o período de campanha eleitoral, oportunidade na qual as propostas e o perfil dos candidatos devem ser apresentadas aos eleitores. Ao longo desse período até o dia da votação, permite-se a propaganda eleitoral conforme as regras estabelecidas pelo **Código Eleitoral e a Lei n. 9.504/1997 (Lei das Eleições)**.

A “PRÉ-CAMPANHA”

Antes do dia 16 de agosto, são **proibidos** atos de campanha. A lei permite, porém, que algumas atividades públicas sejam realizadas, como a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos e a divulgação de plataformas e projetos políticos.

Cuidado: Em todas as hipóteses, são permitidos o pedido de apoio político, a divulgação da pré-candidatura, das ações políticas desenvolvidas e das que se pretendem desenvolver. Porém, antes do dia 16, é terminantemente proibido o pedido explícito de votos.

São também **permitidos:** 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; a realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, da discussão de políticas públicas, dos planos de governo ou das alianças partidárias visando às eleições, podendo tais atividades ser divulgadas pelos instrumentos de comunicação intrapartidária; a realização de prévias partidárias e a respectiva distribuição de material informativo, a divulgação dos nomes dos filiados que participarão da disputa e a realização de debates entre os pré-candidatos, sendo vedada sua transmissão ao vivo por emissoras de rádio e TV; a divulgação de atos de vereadores e de debates legislativos, desde que não se faça pedido de votos; a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais, blogs, sites eletrônicos e aplicativos (*apps*); a realização, a expensas de partido político, de reuniões de iniciativa da sociedade civil, de veículo ou meio de comunicação ou do próprio partido, em qualquer localidade, para divulgar ideias, objetivos e propostas partidárias; campanha de arrecadação prévia de recursos por meio do financiamento coletivo virtual (“*vaquinha virtual*”).

A CAMPANHA ELEITORAL ANTECIPADA

Atos de campanha que ocorram antes do dia **16 de agosto** e não se enquadrem nas hipóteses permitidas descritas acima são considerados campanha eleitoral antecipada. Tais atos se tornam passíveis de **multa** aplicada ao responsável pela Justiça Eleitoral no valor de cinco a vinte e cinco mil reais, ou o equivalente do custo da propaganda, podendo ainda ser considerada abuso de poder se beneficia exclusivamente a um dos candidatos.

Fique atento: Se outra pessoa faz campanha antecipada em nome do candidato ela também será responsabilizada. Basta haver prova de seu conhecimento prévio ou se, uma vez notificado, não providenciar a retirada ou regularização da propaganda antecipada no prazo de 48 horas da intimação.

VEDAÇÕES GERAIS QUANTO AO CONTEÚDO DA PROPAGANDA

A propaganda eleitoral tem por objetivo apresentar propostas e o perfil dos candidatos. Pode-se utilizar para fins combativos, de denúncia e crítica a outros candidatos, porém, dentro de alguns limites que a lei estabelece. Assim, **não será tolerada propaganda:**

Que veicule preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação
de guerra, de processos violentos para subverter o regime, a ordem política e social;
que provoque animosidade entre as Forças Armadas ou contra elas, ou delas contra as classes e as instituições civis;
de incitamento de atentado contra pessoa ou bens;
de instigação à desobediência coletiva ao cumprimento da lei de ordem pública;
que implique oferecimento, promessa ou solicitação de dinheiro, dádiva, rifa, sorteio ou vantagem de qualquer natureza;
que perturbe o sossego público, com algazarra ou abuso de instrumentos sonoros ou sinais acústicos;
por meio de impressos ou de objeto que pessoa inexperiente ou rústica possa confundir com moeda;
que prejudique a higiene e a estética urbana;
que caluniar, difamar ou injuriar qualquer pessoa, bem como atingir órgãos ou entidades que exerçam autoridade pública;
que desrespeite os símbolos nacionais.

Deve-se ter em mente também que a propaganda crítica aos opositores não pode conter uma acusação da prática de crimes, nem ofensas pessoais ou xingamentos. Além de crimes, o ofendido por calúnia, difamação ou injúria, poderá demandar no juízo cível a **reparação do dano moral**. A indenização será cobrada do ofensor, seja candidata ou não e, solidariamente, o partido político deste, quando responsável por ação ou omissão.

PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET

Até 2009 o tema da **propaganda na internet** era algo inusitado, não demandando atenção do direito para regular as condutas ocorridas no meio digital. Com o advento das tecnologias de comunicação digital e o amplo acesso às redes sociais, a Internet se tornou um meio imprescindível de propaganda eleitoral.

Atenta às transformações, a Justiça Eleitoral vem disciplinando a forma como os candidatos e candidatas devem se utilizar das diferentes ferramentas digitais. São **lícitas** as seguintes formas de propaganda na Internet:

Em sítio do candidato, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de Internet estabelecido no país;
em sítio do partido ou da coligação, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de Internet estabelecido no país;
por meio de mensagem eletrônica para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, partido ou coligação;
por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de Internet assemelhadas cujo conteúdo seja gerado ou editado por candidatos, partidos ou coligações; ou qualquer pessoa natural, desde que não contrate impulsionamento de conteúdos.

Assim como a propaganda eleitoral “clássica”, isto é, que se utiliza de televisão, rádio e materiais impressos para ser veiculada, a propaganda na Internet também deve respeitar o marco inicial do dia **16 de agosto** sob pena de caracterização de propaganda antecipada.

Também são **proibidos**:

O pagamento para a veiculação de propaganda eleitoral na internet fora das permissões legais;
O anonimato (fakes) ou a atribuição de propaganda a terceiro, inclusive candidato, partido ou coligação;

Contratação de militância virtual, “robôs” ou fakes, para emissão de ofensas ou para denegrir a imagem de candidato, partido ou coligação;
A veiculação de propaganda eleitoral em páginas de pessoas jurídicas ou em sites oficiais ou hospedados por órgãos ou por entidades da administração pública direta ou indireta;
O envio de mensagens em massa (spam), telemarketing ou, ainda, a compra de banco de dados de cadastros de endereços eletrônicos, telefones ou perfis pessoais para o envio de propaganda eleitoral;
São vedadas às pessoas jurídicas e às relacionadas no art. 24 da Lei n. 9.504/1997 a utilização, doação ou cessão de cadastro eletrônico de seus clientes, em favor de candidatos, de partidos políticos ou de coligações.

REGRAS DO IMPULSIONAMENTO DE CONTEÚDO

Por meio de pagamento, o servidor da rede social (principalmente o *Facebook*, mas também é válido para *Instagram*, dentre outras) faz com que uma determinada publicação seja exibida para um público mais amplo e selecionado por meio de critérios disponíveis.

A partir das eleições de 2018, tornou-se lícito impulsionar **publicações contanto que a aplicação do orçamento seja feita pelo candidato, partido ou coligação**, vedando-se a contratação por meio de pessoa natural ou intermediado por um terceiro. Ou seja, a contratação do impulsionamento deve ser feita diretamente pela candidata, partido ou coligação, e o provedor (*Facebook*, *Instagram*, etc.).

Cuidado: os eleitores não podem impulsionar o conteúdo de seus candidatos.

Além disso, todo impulsionamento **deverá conter**, de forma clara e legível, o número de inscrição no CNPJ ou o número de inscrição no CPF do responsável, além da expressão “Propaganda Eleitoral”.

É **vedada** a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, excetuado o impulsionamento de conteúdo, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos, coligações e

candidatos e seus representantes. Além disso, o impulsionamento deve ser feito por meio de um **perfil pessoal**, vedando-se o uso de “página patrocinada”.

MENSAGENS ELETRÔNICAS

É **lícito** o envio de mensagens eletrônicas, para endereços cadastrados gratuitamente (como listas de e-mail). No caso das mensagens eletrônicas enviadas por candidato, partido ou coligação, por qualquer meio, foi imposto que deverão dispor de mecanismo que permita seu **descadastramento** pelo destinatário, obrigado o remetente a providenciá-lo no **prazo de quarenta e oito horas**. A **sanção** para o descumprimento do dever imposto de atender a solicitação do usuário em ser descadastrado sujeitam os responsáveis ao pagamento de **multa** no valor de R\$100,00 (cem reais), por mensagem.

No caso dos aplicativos *Whatsapp* e *Telegram*, não é necessário oferecer a opção do **descadastramento** (uma vez que os aplicativos sequer possuem esta opção). Assim, no caso das mensagens enviadas consensualmente por pessoa natural, de forma privada ou em grupos restritos de participantes, proíbe-se apenas o pedido explícito de voto antes do dia **16 de agosto**.

PROPAGANDA IMPRESSA (FOLHETOS, ADESIVOS, VOLANTES, “SANTINHOS”, ETC.)

A propaganda impressa é uma das formas mais populares de atingir o eleitor. Devem ser editados sob a responsabilidade do partido político, da coligação ou do candidato, sendo-lhes facultada, inclusive, a impressão em braille dos mesmos conteúdos. **Algumas regras devem ser seguidas:**

Todo material impresso de propaganda eleitoral deve conter o nome do candidato e do vice em tamanho não inferior a 30% ao nome do titular, a legenda partidária do candidato, CNPJ ou CPF do contratante do material; CNPJ ou CPF do responsável pela confecção e a tiragem do material.

Nas campanhas majoritárias, o material deve conter o nome da coligação com todas as siglas que a compõem; nas campanhas proporcionais, deve conter a sigla do partido do candidato sob o nome da coligação que compõe.
Os adesivos deverão ter a dimensão máxima de 0,5 m ² (meio metro quadrado).
É vedada sua distribuição no dia das eleições (boca de urna), bem como espalhar material de campanha no local de votação ou nas vias próximas, ainda que na véspera da eleição, sujeitando-se os infratores à multa e apuração criminal.
A distribuição é permitida até as vinte e duas horas do dia que antecede a eleição.
É proibida a colocação de material impresso em bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do poder público, ou que a ele pertençam, e nos bens de uso comum, inclusive postes de iluminação pública, sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus e outros equipamentos urbanos.
Proibido o uso de outdoors, ainda que eletrônicos, ou o uso de vários cartazes justapostos de modo a dar o efeito visual de um outdoor.
É permitido colar adesivos microperfurados até a extensão total do para-brisa traseiro e, em outras posições, até a dimensão máxima de 0,5m ² . Deve ser feito de forma espontânea e gratuita, proibindo o pagamento.
Também não é permitida colocação de placas e a pintura de muros e paredes, mesmo que em bens particulares, ainda que em dimensões inferiores ao limite estabelecido.

PROPAGANDA IMPRESSA (JORNALIS E REVISTAS)

São **permitidas**, até a antevéspera das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet do jornal impresso, de até dez anúncios de

propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada candidato, no espaço máximo, por edição, **de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e de 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide**. Deve constar no anúncio, de forma visível, o valor pago pela inserção.

A propaganda em meios físicos e digitais são permitidas até a **antevéspera**, ou seja, até a sexta-feira que antecede o domingo da eleição.

Não caracterizará propaganda eleitoral a divulgação de opinião favorável a candidato, a partido político ou a coligação pela imprensa escrita, desde que **não seja matéria paga**, mas os abusos e os excessos, assim como as demais formas de uso indevido do meio de comunicação, serão apurados e punidos como forma de abuso de poder econômico.

PROPAGANDA NO RÁDIO E NA TELEVISÃO

Somente é **lícita** a propaganda eleitoral gratuita, veiculada nos **35 dias anteriores à antevéspera das eleições** (de 28 de agosto a 01 de outubro), e debates eleitorais.

É proibida qualquer propaganda eleitoral (ostensiva ou dissimulada) mediante pagamento. Com exceção da propaganda eleitoral gratuita, é **vedado** às emissoras transmitir, a partir de **30 de junho**, programa apresentado ou comentado por pré-candidata. Aquelas que possuam papel de destaque em emissoras de rádio e televisão não poderão estar presente nas transmissões.

Cuidado: as sanções para o descumprimento das regras de propaganda no rádio e na televisão são severas. A inobservância do estabelecido neste artigo sujeita a emissora e a pré-candidata (se escolhida em convenção) ao pagamento de multa no valor de R\$ 21.282,00 (vinte e um mil, duzentos e oitenta e dois reais) a R\$ 106.410,00 (cento e seis mil, quatrocentos e dez reais), duplicada em caso de reincidência.

Além disso, é vedado que nos noticiários e ao longo da programação normal haja **parcialidade** no tratamento de candidatos, mesmo que ainda não escolhidos em convenção. A **Resolução n. 23.610** veda às emissoras de rádio e de televisão:

Transmitir, ainda que sob a forma de entrevista jornalística, imagens de realização de pesquisa ou qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral em que seja possível identificar o entrevistado ou em que haja manipulação de dados;
veicular propaganda política;
dar tratamento privilegiado a candidato, partido político ou coligação;
veicular ou divulgar filmes, novelas, minisséries ou qualquer outro programa com alusão ou crítica a candidato ou a partido político, mesmo que dissimuladamente, exceto programas jornalísticos ou debates políticos;
divulgar nome de programa que se refira a candidato escolhido em convenção, ainda quando preexistente, inclusive se coincidente com o nome do candidato ou o nome por ele indicado para uso na urna eletrônica, e, sendo coincidentes os nomes do programa e do candidato, fica proibida a sua divulgação, sob pena de cancelamento do respectivo registro.

DIVISÕES DE TEMPO NO RÁDIO E NA TELEVISÃO

O artigo 44 da Lei das Eleições (Lei n. 9.504/1997) cuidou de estabelecer a distribuição de um horário no qual todas emissoras, ao mesmo tempo ou em inserções (pílulas ou spots), exibissem a propaganda eleitoral.

Pelo **princípio da igualdade de acesso à propaganda**, o tempo disponível é controlado, tendo início nos **35 (trinta e cinco dias) anteriores** e devendo encerrar-se na antevéspera das eleições. O espaço obrigatório inclui a transmissão via todas as emissoras de rádio, inclusive as comunitárias, mas exclui aquelas sob responsabilidade do Senado Federal e Câmara dos Deputados fora do Distrito Federal, ficando obrigadas somente a exibir a propaganda gratuita nas eleições presidenciais. Inclui também a transmissão por todas as emissoras de TV aberta (UHF/VHF) e canais por assinatura ligados ao Poder Legislativo (TV Câmara, TV Senado, TV Assembleia). A lei não obriga que seja exibida propaganda por demais canais por assinatura.

Nos **35 (trinta e cinco) dias** anteriores à antevéspera do primeiro turno, as emissoras de rádio e de televisão devem veicular a propaganda eleitoral gratuita, em rede, da seguinte forma, observado o horário de Brasília.

Haverá **propaganda gratuita**, nas eleições para prefeito, de segunda a sábado:

das 7h (sete horas) às 7h10 (sete horas e dez minutos) e das 12h (doze horas) às 12h10 (doze horas e dez minutos), na rádio;

das 13h (treze horas) às 13h10 (treze horas e dez minutos) e das 20h30 (vinte horas e trinta minutos) às 20h40 (vinte horas e quarenta minutos), na televisão.

Os órgãos da Justiça Eleitoral distribuirão os horários reservados à propaganda de cada eleição entre os partidos políticos e as coligações que tenham observados os seguintes critérios, tanto para **distribuição em rede** quanto para **inserções**:

90% (noventa por cento) distribuídos proporcionalmente ao número de representantes na Câmara dos Deputados, considerando, no caso de coligações para as eleições majoritárias, o resultado da soma do número de representantes dos seis maiores partidos políticos que a integrem;

10% (dez por cento) distribuídos igualmente.

Depois de **sorteada a ordem** de veiculação da propaganda em rede para o primeiro dia, a cada dia que se seguir, o partido político ou a coligação que veiculou sua propaganda em último lugar será o primeiro a apresentá-la no dia seguinte, apresentando-se as demais na ordem do sorteio.

Competirá aos partidos políticos e às coligações **distribuir** entre os candidatos registrados os horários que lhes forem destinados pela Justiça Eleitoral.

Atenção: No caso das candidatas vereadoras, a distribuição do tempo de propaganda eleitoral gratuita na rádio e na televisão para as candidaturas deve observar os percentuais mínimos de candidatura por gênero, ou seja, de 30% para mulheres e 70% para homens, ou o contrário, a depender da composição dos indicados.

Caso o percentual de **candidaturas por gênero** seja superior ao mínimo legal, impõe-se o acréscimo do tempo de propaganda na mesma proporção. Por exemplo, se houve 50% de candidatas e 50% de candidatos, o tempo de propaganda também será dividido pela metade.

Para 2020, vale lembrar que somente terão direito a recursos do **Fundo Partidário** e acesso gratuito ao rádio e à televisão, na forma da lei, os partidos políticos que alternativamente:

Obtiverem, nas eleições para a Câmara dos Deputados, no mínimo, 1,5% (um e meio por cento) dos votos válidos, distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação, com um mínimo de 1% (um por cento) dos votos válidos em cada uma delas; ou

Tiverem eleito pelo menos nove Deputados Federais distribuídos em pelo menos um terço das unidades da Federação.

Atenção: As eleições seguintes obedeceram às regras de transição elencadas no Art. 3º da Emenda Constitucional n. 97 de 2017

PROPAGANDA POR INSERÇÕES NA PROGRAMAÇÃO NORMAL

No mesmo período reservado à propaganda eleitoral em rede, as emissoras de rádio e de televisão reservarão, ainda, de segunda-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 ou coligação, assinadas obrigatoriamente pelo partido político ou coligação, e distribuídas, ao longo da programação veiculada entre as **5h (cinco horas) e as 24h (vinte e quatro horas)**.

Nas **eleições municipais**, somente serão exibidas as inserções de televisão nos municípios em que houver estação geradora de serviços de radiodifusão de sons e imagens nas eleições municipais. Em municípios em que não haja emissora de rádio e de televisão, a Justiça Eleitoral garantirá aos partidos políticos participantes do pleito a veiculação de propaganda eleitoral gratuita nas localidades aptas à realização de segundo turno de eleições e nas quais seja operacionalmente viável realizar a retransmissão. O tempo será dividido na proporção de **sessenta por cento para prefeito e de quarenta por cento para vereador**.

Nas eleições gerais e municipais, a distribuição levará em conta os seguintes blocos de audiência:

- a) entre as 5h (cinco horas) e as 11h (onze horas);
- b) entre as 11h (onze horas) e as 18h (dezoito horas);
- c) entre as 18h (dezoito horas) e as 24h (vinte e quatro horas).

A partir de **15 de agosto** do ano da eleição, a Justiça Eleitoral deve convocar os partidos políticos e a representação das emissoras de rádio e de televisão para elaborar, até a antevéspera do início da propaganda eleitoral gratuita, plano de mídia, para uso da parcela do horário eleitoral gratuito a que tenham direito, garantida a todos a participação nos horários de maior e de menor audiência.

QUEM PODE APARECER NAS PROPAGANDAS ELEITORAIS GRATUITAS?

Nos programas e inserções de rádio e de televisão destinados à **propaganda eleitoral gratuita** de cada partido político ou coligação, **só poderão aparecer**, em gravações internas e externas, candidatos, caracteres com propostas, fotos, jingles, clipes com música ou vinhetas, inclusive de passagem, com indicação do número do candidato ou do partido político, bem como de seus apoiadores, inclusive os candidatos à prefeito nas propagandas de vereadores e vice-versa (contanto que haja apenas o pedido de voto). Esses eventuais apoiadores poderão dispor de até **25% (vinte e cinco por cento) do tempo** de cada programa ou inserção. São vedadas montagens, trucagens, computação gráfica, desenhos

Atenção: Considera-se apoiador, para os fins deste artigo, a figura potencialmente apta a propiciar benefícios eleitorais ao candidato ou ao partido/coligação veiculador da propaganda, não integrando tal conceito os apresentadores ou interlocutores que tão somente emprestam sua voz para transmissão da mensagem eleitoral.

animados e efeitos especiais.

Havendo o segundo turno das eleições, não será permitida, nos programas de que trata este artigo, a participação de filiados a partidos políticos que tenham formalizado o apoio a outros candidatos.

O QUE PODE SER MOSTRADO NAS PROPAGANDAS ELEITORAIS GRATUITAS?

Será **permitida** a veiculação de entrevistas com o candidato e de cenas externas nas quais ele, pessoalmente, exponha realizações de governo ou da administração pública; falhas administrativas e deficiências verificadas em obras e serviços públicos em geral; atos parlamentares e debates legislativos.

Na **propaganda eleitoral gratuita**, é **vedado** ao partido político, à coligação ou ao candidato transmitir, ainda que sob a forma de entrevista jornalística, imagens de realização de pesquisa ou qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral em que seja possível identificar o entrevistado ou em que haja manipulação de dados.

Na divulgação de **pesquisas**, no horário eleitoral gratuito, **devem ser informados, com clareza**, o período de sua realização e a margem de erro, não sendo obrigatória a menção aos concorrentes, desde que o modo de apresentação dos resultados não induza o eleitor em erro quanto ao desempenho do candidato em relação aos demais.

Cuidado: A inobservância do disposto neste artigo sujeita o partido político ou a coligação à perda de tempo equivalente ao dobro do usado na prática do ilícito, no período do horário gratuito subsequente, dobrada a cada reincidência, devendo o tempo correspondente ser veiculado após o programa dos demais candidatos com propaganda da própria Justiça Eleitoral e acompanhada de tarja com a informação de que a não veiculação do programa resulta de infração à lei eleitoral.

DISTRIBUIÇÃO DE BRINDES, CAMISETAS E OBJETOS DE PROPAGANDA

É **proibida** a confecção, utilização ou distribuição feita ou autorizada pelo candidato. A referida proibição aplica-se também para quaisquer outros bens ou materiais que possam proporcionar vantagem, ainda que mínima, ao eleitor (CDs, pen drives, sacolas, canetas, bloquinhos etc.). **Admite-se, excepcionalmente**, a confecção de camisetas para utilização pelo pessoal que presta serviços à

campanha, desde que em número razoável e que não caracterize distribuição de brindes ao eleitor.

USO DE BANDEIRAS, FAIXAR E BANNERS

Podem ser utilizados ao longo das **vias públicas**, desde que móveis e não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos. Só podem ser colocados diariamente entre as **6h e as 22h**. É proibida, porém, a fixação de tais propagandas em local público e sua permanência durante todo o período da campanha, além de sua manutenção nos horários vedados. Estão proibidos os bonecos, cavaletes, placas, faixas, estandartes e assemelhados.

COMÍCIOS

São **permitidos** a partir do dia **16 de agosto** até **48h antes do dia das eleições**, das **8h às 24h**, com exceção do comício de encerramento da campanha, que poderá ser prorrogado por **mais duas horas**. É **permitida** a aparelhagem de sonorização fixa e trio elétrico no evento, respeitado o distanciamento de **200 metros** de sedes dos Poderes Executivo e Legislativo da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios; das sedes dos Tribunais Judiciais; dos quartéis e de outros estabelecimentos militares; dos hospitais e casas de saúde; bem como das escolas, bibliotecas públicas, igrejas e teatros, quando em funcionamento. São proibidos os “showmícios”, ou seja, a apresentação de artistas, remunerados ou não, com a finalidade de animação e entretenimento.

Não é necessária a licença da polícia para a realização de qualquer evento, mas apenas comunicação à autoridade policial em, no mínimo, 24h antes de sua realização.

CARREATAS E PASSEATAS

São permitidas a partir do dia **16 de agosto**, podendo o candidato e seus correligionários distribuir materiais impressos. Carros de som e minitrios circulando fora de carreatas e passeatas estão proibidos, bem como ultrapassar o distanciamento de **200 metros** dos locais citados no item acima.

O QUE FAZER DIANTE DE IRREGULARIDADES EM PROPAGANDAS DE ADVERSÁRIOS?

Propagandas irregulares podem ser **suspensas** e dar ensejo a **multa** aos candidatos, partidos e emissoras que tenham descumprido as normas da legislação eleitoral. Podem ainda levar à **cassação do registro ou do diploma**, caso o candidato responsável pelas irregularidades tenha sido eleito.

Nos casos de propaganda eleitoral na televisão e no rádio, a requerimento do Ministério Público, de partido político, de coligação ou de candidato, a Justiça Eleitoral poderá determinar a suspensão, por **24 (vinte e quatro) horas**, da programação normal de emissora que deixar de cumprir as disposições da **Resolução nº 23.610**. No período de suspensão, a Justiça Eleitoral veiculará mensagem de orientação ao eleitor, intercalada, a cada **15 (quinze) minutos**. Em cada reiteração de conduta, o período de suspensão será **duplicado**.

Nos casos de propaganda impressa e demais irregularidades, também poderá o Ministério Público, partido, coligação ou candidato, noticiar o fato irregular à Justiça Eleitoral com a **instauração processual** que impor à empresa responsável, os partidos, as coligações e os candidatos a imediata **retirada** da propaganda irregular e o pagamento de **multa** no valor de R\$5.000,00 (cinco mil reais) a R\$15.000,00 (quinze mil reais).

REGRAS DE FINANCIAMENTO ELEITORAL

Em dezembro de 2014, o OECD Forum on Financing Democracy and Averting Policy Capture, realizado em Paris, iniciou seus trabalhos com a reflexão “*la démocratie n’a pas de prix mais a un coût*” (a democracia não tem preço, mas tem um custo). A partir dessa breve reflexão, podemos compreender que a democracia depende, para sua própria existência e efetivação, de recursos financeiros. É possível e desejável a **fiscalização** dos gastos e o combate à utilização de recursos financeiros como formas degeneradas da democracia e da liberdade de escolha. Entre algumas possibilidades dessa constante vigilância, destaca-se a imperatividade de se prestar contas dos gastos de campanha à Justiça Eleitoral, com o auxílio de rigorosa **área técnica**. Também é cada vez mais relevante a atuação dos **advogados** e **contadores** que militam na área eleitoral, do Ministério Público Eleitoral e da Justiça Eleitoral que, por meio das ações judiciais pertinentes, combatem abusos e desvios.

QUAIS SÃO OS PRÉ-REQUISITOS PARA A ARRECADAÇÃO DE RECURSOS DE CAMPANHA?

A arrecadação de recursos para campanha eleitoral de qualquer natureza deverá observar os seguintes pré-requisitos (**art. 3º, Resolução TSE 23.607**):

Requerimento do registro de candidatura (até 15 de agosto);
CNPJ de campanha;
Abertura da conta específica de campanha;
Emissão dos recibos eleitorais.

Os partidos políticos, além do devido registro e anotação do órgão partidário junto à Justiça Eleitoral, devem realizar a abertura de **conta bancária específica** destinada a registrar a movimentação financeira de campanha (“Doações para Campanha”), prevista na **Resolução TSE n. 23.607**, de 2019.

Uma vez aberta a conta bancária, as doações podem ocorrer, a rigor, de duas formas:

Financeiras, por transação bancária na qual o CPF do doador seja obrigatoriamente identificado, inclusive quando realizada via Internet;

Estimáveis em dinheiro, pela doação ou cessão temporária de bens e/ou serviços, com a demonstração de que o doador é *proprietário do bem ou é o responsável direto pela prestação de serviços*.

Dica: É necessário compreender o conceito de doação estimável em dinheiro. Ainda que um serviço seja gratuito (exemplo: um autor de jingle, que componha a música gratuitamente), deve haver o registro de um valor estimável de acordo com os valores de mercado, emitindo inclusive o recibo eleitoral com termo de doação. Pode ser tanto serviços, quanto bens do patrimônio do doador.

QUAIS AS FONTES LÍCITAS DE ARRECADAÇÃO RECURSOS DA CAMPANHA?

Atualmente a legislação eleitoral conta com **cinco formas lícitas** de arrecadação de recursos para as campanhas eleitorais. São elas:

Autofinanciamento: recursos próprios do candidato: poderão ser utilizados até o total de 10% (dez por cento) dos limites previstos para gastos de campanha no cargo em que concorrer, uma novidade advinda da reforma eleitoral de 2019.

Podem realizar doações financeiras ou estimáveis em dinheiro as pessoas físicas, limitados os valores a 10% (dez por cento) dos rendimentos brutos auferidos pelo doador no ano anterior à eleição. Este limite não se aplica a doações estimáveis em dinheiro relativas à utilização de bens móveis ou imóveis de propriedade do

doador, desde que o valor estimado não ultrapasse R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais) (Lei nº 9.504/1997, art. 23, § 7º).
Doação entre participantes do pleito, quando os próprios candidatos doam entre si, ou os partidos repassam para os candidatos.
Recursos provenientes da comercialização de bens e realização de eventos organizados com a finalidade de arrecadação (como jantares, com taxa de adesão).
Recursos próprios dos partidos políticos (não necessariamente o Fundo Partidário, como doações, rendimentos, etc.)

O QUE SÃO OS FUNDOS DE CAMPANHA?

Além das modalidades de arrecadação, os recursos das campanhas eleitorais também são disponibilizados aos candidatos e candidatas por meio de **dois fundos públicos**. São eles o **Fundo Partidário** e o **Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC)**.

O Fundo Partidário é constituído quase na sua totalidade por recursos públicos. Esse fundo faz repasses periódicos aos partidos políticos, mesmo em ano não-eleitoral. O repasse para candidatos em campanha é modalidade de financiamento, regrada pela Lei Eleitoral. No **artigo 28, § 12**, fica determinado que tanto a movimentação da conta do partido, quanto do candidato, devem ambas serem prestadas, na forma da lei: “os valores transferidos pelos partidos políticos oriundos de doações serão registrados na prestação de contas dos candidatos como transferência dos partidos e, na prestação de contas anual dos partidos, como transferência aos candidatos”.

No ato da transferência, o Partido deve informar ao candidato a identificação do doador originário daquela doação.

O partido deve individualizar os doadores, proibindo-se as doações ocultas, segundo a decisão do STF na **ADI 5.394**. A modificação por meio da análise constitucional buscou evitar esquemas fraudulentos de repasses ilícitos, seja por meio de pessoas jurídicas ou qualquer outra fonte vedada.

No registro de candidatura há o regime de cotas por gênero, sendo garantido 30% para um dos dois gêneros (masculino ou feminino). Sendo assim, nenhum gênero pode contar com número de candidatos no sistema proporcional superior a 70%. No julgamento do mérito da **ADI 5.617**, o Plenário do STF decidiu que a distribuição de recursos do **Fundo Partidário** destinado ao financiamento das campanhas eleitorais direcionadas às candidaturas femininas deve ser feita na exata **proporção das candidaturas** de ambos os sexos, respeitado o patamar mínimo de 30% de candidatas previsto no artigo 10, parágrafo 3º.

Sabendo-se que, na prática, o sistema de cotas por gênero foi criado com o objetivo de favorecer a participação feminina nas eleições, o Supremo Tribunal Federal assegurou, por meio da **ADI n. 5617**, que os recursos das contas específicas voltadas a programas de promoção da participação política das mulheres fossem adicionalmente transferidos para as **contas individuais das candidatas**, no financiamento de suas campanhas eleitorais. Tais determinações passaram a vigorar a partir das eleições gerais de 2018.

O **Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC)** é constituído por dotações orçamentárias da União em ano eleitoral. O Tesouro Nacional deposita os recursos no Banco do Brasil, em conta especial à disposição do Tribunal Superior Eleitoral, até o **primeiro dia útil do mês de junho** do ano do pleito. Nos **quinze dias** subsequentes ao depósito, o Tribunal Superior Eleitoral divulgará o montante de recursos disponíveis no Fundo Eleitoral.

CRITÉRIOS DE DISTRIBUIÇÃO DO FEFC ENTRE OS PARTIDOS

Os recursos do **Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC)**, para o primeiro turno das eleições, serão distribuídos entre os partidos políticos, obedecidos os seguintes critérios:

2% (dois por cento), divididos igualmente entre todos os partidos com estatutos registrados no Tribunal Superior Eleitoral.

35% (trinta e cinco por cento), divididos entre os partidos que tenham pelo menos um representante na Câmara dos Deputados, na proporção do percentual de votos por eles obtidos na última eleição geral para a Câmara dos Deputados.

48% (quarenta e oito por cento), divididos entre os partidos, na proporção do número de representantes na Câmara dos Deputados, consideradas as legendas dos titulares.

15% (quinze por cento), divididos entre os partidos, na proporção do número de representantes no Senado Federal, consideradas as legendas dos titulares.

CRITÉRIOS INTERNOS DOS PARTIDOS

A distribuição dentro dos Partidos políticos fica ao encargo de seus **dirigentes**, em respeito à chamada **autonomia partidária**. Todavia, ainda que seja de responsabilidade dos dirigentes partidários, requer-se a definição de critérios para a distribuição, os quais serão divulgados publicamente. A **direção nacional** dos partidos, sediada em Brasília, deverá elaborar a distribuição, exigindo-se a aprovação pela **maioria absoluta** dos membros do órgão. O acesso aos recursos do fundo é feito por meio de requerimento por escrito ao órgão partidário respectivo.

APLICAÇÃO DO FUNDO PARTIDÁRIO E DO FEFC ÀS CANDIDATURAS FEMININAS

Os partidos reservarão o mínimo de 30% do montante do Fundo Partidário (STF, ADI n. 5617) e do Fundo Eleitoral (TSE, Consulta n. 60025218.2018) destinado ao financiamento das campanhas eleitorais para aplicação nas campanhas de suas **candidatas mulheres**. Havendo percentual mais elevado de candidaturas femininas, o mínimo de recursos do Fundo Partidário e do Fundo Eleitoral (FEFC) deve ser aplicado no financiamento das campanhas de candidatas na **mesma proporção**.

CONTAS BANCÁRIAS

Partidos políticos e candidatos somente estão autorizados a captarem recursos de campanhas eleitorais após procederem à abertura de **contas bancárias**

específicas, a fim de segregar os recursos de acordo com sua natureza e origem, nos termos da **Resolução TSE n. 23.607/2019** e da **Resolução TSE n. 23.546/2017**.

Os partidos políticos, em cada esfera de direção, deverão abrir as seguintes **contas bancárias**, em caso de recebimento dos seguintes recursos:

do “Fundo Partidário;
das “doações para campanha”;
dos “outros recursos”;
dos recursos destinados ao programa de promoção e difusão da participação política das mulheres; e
do “Fundo Especial de Financiamento de Campanhas – FEFC”.

Fique atento: é importante acompanhar a obtenção no CNPJ do candidato, certificando-se principalmente de eventuais problemas quanto a grafia do nome, o que pode ser facilmente corrigido com a juntada de documentos pessoais.

Há **obrigatoriedade** de abertura de conta bancária por candidatos e candidatas, **mesmo que não haja movimentação financeira**. O movimento de campanha abrange, inclusive, os recursos próprios do candidato ou candidata, sob pena de **desaprovação** das contas. Além disso, devem abrir **conta 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)**, na hipótese de repasse de recursos dessas espécies (art. 9º).

RECIBOS ELEITORAIS

Recibos eleitorais são a forma própria de **controle dos gastos** de campanha pela Justiça Eleitoral. Eles deverão ser emitidos via sistema **SPCE** (disponível no site do TSE) para a arrecadação de recursos:

estimáveis em dinheiro para a campanha eleitoral, inclusive próprios, e
por meio da Internet, através do site do candidato. Já as doações financeiras podem ser comprovadas por meio de documento bancário que identifique o CPF dos doadores (art. 7º, Res. TSE n.º 23.607).

Atenção: acompanhe de perto a abertura de contas específicas. É preciso abrir uma conta para o Fundo Partidário e uma para o Fundo de Campanha. São, portanto, três contas bancárias a serem abertas: duas para os fundos de financiamento público, e uma para os recursos privados. Muitas vezes, principalmente em campanhas pequenas, espera-se que o partido avise sobre a disponibilidade dos recursos. É altamente recomendável que as contas sejam abertas antes dos recursos chegarem, pois a “mistura” de recursos nas contas bancárias pode levar a complicações na hora de prestar as contas. Caso isso ocorra, é necessário apresentar notas explicativas mostrando a origem diversa dos recursos, se são públicos ou privados.

EMISSÃO FACULTATIVA DE RECIBOS ELEITORAIS

A emissão é **facultativa** em alguns casos, mas é **conveniente** que seja feita, assim de se evitar problemas na prestação de contas, ao final da campanha. São casos de emissão facultativa:

a cessão de bens móveis, limitada ao valor de R\$ 4.000,00 por cedente;
doações estimáveis em dinheiro entre candidatos e partidos decorrentes do uso comum tanto de sedes quanto de materiais de propaganda eleitoral;
a cessão de automóvel de propriedade do candidato, do cônjuge e de seus parentes até o terceiro grau para seu uso pessoal durante a campanha.

Cuidado: é necessário prestar muita atenção na forma de ingresso dos recursos. Pela Lei Eleitoral, os bancos são obrigados a identificar no extrato bancário a origem dos recursos. Entretanto, em alguns casos, a operação bancária não possibilita a identificação. Por exemplo: quando o caixa recebe uma transferência e marca como “em espécie”, sem demonstrar a origem. Nesses casos é preciso reunir novos documentos que demonstrem a origem lícita do dinheiro, principalmente documentos bancários.

SÃO PERMITIDOS EMPRÉSTIMOS BANCÁRIOS?

São **permitidos** no financiamento, mas deve-se tomar cuidado. Deve ser tomado em instituições financeiras, jamais com pessoas físicas. O empréstimo deve estar **lastreado** com bem que foi declarado no momento do registro da candidatura ou que seja empréstimo compatível com a capacidade de pagamento do candidato. Exemplo, quando o candidato dá um imóvel como garantia, é preciso apresentar o contrato bancário de empréstimo com o bem empenhado.

Cuidado: O empréstimo deve estar quitado até a data da prestação de contas.

DOAÇÕES ELEITORAIS

As doações de **pessoas físicas** e de **recursos próprios** somente poderão ser realizadas, inclusive pela internet, por meio de:

transação bancária na qual o CPF do doador seja obrigatoriamente identificado;
doação ou cessão temporária de bens e/ou serviços estimáveis em dinheiro, com a demonstração de que o doador é proprietário do bem ou é o responsável direto pela prestação de serviços;

crowdfunding: instituições que promovam técnicas e serviços de financiamento coletivo por meio de sites da internet, aplicativos eletrônicos e outros recursos similares.

As doações financeiras de valor igual ou superior a **R\$ 1.064,10 (mil e sessenta e quatro reais e dez centavos)** só poderão ser realizadas mediante **transferência eletrônica** entre as contas bancárias do doador e do beneficiário da doação ou por **meio cheque cruzado e nominal**.

O QUE É O FINANCIAMENTO COLETIVO (CROWDFUNDING)?

A partir de **15 de maio** do ano eleitoral, é facultada aos pré-candidatos a arrecadação prévia de recursos nesta modalidade, mas a liberação de recursos por parte das entidades arrecadoras fica condicionada ao cumprimento, pelo candidato, dos requisitos estabelecidos pela **Resolução do TSE n. 23.607** para a captação de recursos de campanha (art. 3º, I, “a” a “c”).

COMO É FEITO O FINANCIAMENTO COLETIVO?

Primeiramente é necessário escolher uma **instituição**, dentre as aprovadas pela Justiça Eleitoral, para fazer o **gerenciamento dos recursos**. Aconselha-se que verifique o histórico da entidade arrecadora, atentando para a transparência. Outros pontos relevantes: o custo das taxas administrativas, o que gira em torno de 3 a 20% do valor arrecadado.

A entidade deverá enviar as fontes de recebimento para a Justiça Eleitoral, o que facilita a prestação de contas.

Pré-candidatos podem começar a arrecadar **antes do registro**. Mas se não for efetivado o registro da candidatura, as entidades arrecadoras deverão devolver os valores arrecadados aos doadores na forma das condições estabelecidas entre a entidade arrecadora e o pré-candidato (art. 22, §5º). Cada uma das pessoas físicas receberá o valor que doou. Nessa modalidade, **dispensa-se** a emissão do recibo eleitoral pelo SPCE, sendo obrigatória a emissão de recibo específico para o doador pela própria entidade arrecadora, para cada doação realizada. Posteriormente, todas as doações recebidas mediante financiamento coletivo

deverão ser **lançadas individualmente** pelo valor bruto na prestação de contas de campanha eleitoral de candidatos e partidos políticos.

Importante: as entidades arrecadoras precisam informar em tempo real os valores recebidos à Justiça Eleitoral. Candidatos e Partidos possuem o prazo de 72 horas. Por isso é essencial escolher uma empresa comprometida com o repasse das informações para o partido e candidato, para que apresentem devidamente as doações recebidas nos relatórios.

DOAÇÃO DE PESSOAS FÍSICAS

Pelo **artigo 23** da Lei Eleitoral, pessoas físicas podem doar até o limite de 10% (dez por cento) dos rendimentos brutos auferidos no ano anterior à eleição. Se não obedecer a esse limite, a pessoa física terá de dar explicações, podendo ser aplicada multa.

Antes da reforma de 2015, as pessoas jurídicas também podiam ser multadas. Após a vedação completa do financiamento pelas empresas, sua eventual conduta passa a ser sancionada por meio da **representação por gasto ilícito**, na forma do **artigo 30-A**, também sujeitando o candidato à cassação.

A doação de quantia acima dos limites fixados neste artigo sujeita o infrator ao pagamento de **multa** no valor de até 100% (cem por cento) da quantia em excesso.

Fique atento: Em todos os tipos de doação (entre candidatos e entre Partidos e candidatos) é necessário sempre informar na prestação de contas quem é o doador originário. Muitas vezes, os partidos recebem doações de pessoas físicas e repassam para seus candidatos. Nesses casos, a prestação de contas deve informar quem foi a pessoa física que originariamente doou o valor. Não basta dizer que o dinheiro veio do partido. Apenas a título de curiosidade: o partido, nesse caso, faz uma declaração de autofinanciamento, mostrando que movimentos entre contas próprias, e identificando quem foi o filiado que fez a doação para o partido.

GASTOS ELEITORAIS

Desde as eleições de 2016, os limites para os gastos de campanha foram uniformizados em lei. Os valores estabelecidos no pleito de 2016 serão atualizados pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) (art. 18-C, da Lei nº 9.504/97) calculados com base no acumulado no mês de julho de 2016 até o mês de junho de 2020 e divulgados pelo presidente do Tribunal Superior Eleitoral, cuja publicação ocorrerá até o dia 20 de julho deste ano (art. 4º, Resolução TSE 23.607). Os gastos de campanha por partido político ou candidato somente poderão ser efetivados a partir da data da realização da respectiva **convenção partidária**, observado o preenchimento dos pré-requisitos do art. 3º, inciso I, alíneas “a” até “c” e inciso II, alíneas “a” até “c”, da **Resolução do TSE n. 23.607**.

QUANDO COMEÇAM A SER CONTABILIZADO OS GASTOS ELEITORAIS?

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 formalização. Os gastos destinados à preparação da campanha e à instalação física ou de página de internet de comitês de campanha de candidatos e de partidos políticos poderão ser contratados a partir da data efetiva da realização da **respectiva convenção partidária** desde que, cumulativamente (art. 36, Resolução TSE 23.607): 1) sejam devidamente formalizados; e 2) o desembolso financeiro ocorra apenas após a obtenção do número de inscrição no CNPJ, a abertura de conta bancária específica para a movimentação financeira de campanha e a emissão de recibos eleitorais.

COMO PODEM SER FEITOS OS GASTOS ELEITORAIS?

Os gastos eleitorais de natureza financeira, ressalvados os de pequeno vulto, só podem ser efetuados por meio de:

Cheque nominal cruzado;
Transferência bancária identificada (CPF ou CNPJ do beneficiário);
Débito em conta; ou

Cartão de débito da conta bancária.

Fique atento: é estritamente necessário que todas as origens do dinheiro sejam identificadas. Se essa identificação não é feita, ou feita de maneira deficiente, os recursos deverão ser imediatamente DEVOLVIDOS ao Tesouro Nacional.

GASTOS DE PEQUENO VULTO

Gastos de pequeno vulto são as despesas individuais que **não ultrapassam** o limite de **meio salário mínimo**, cujo pagamento pode ser feito mediante constituição de “Fundo de Caixa” (art. 39 da Resolução). Este Fundo deve constituir **o máximo de 2% (dois por cento)** dos gastos contratados, vedada a recomposição. Os recursos destinados à respectiva reserva devem transitar previamente pela conta bancária específica de campanha, bem como o saque para a constituição do Fundo de Caixa deve ser realizado mediante cartão de débito ou emissão de cheque nominativo.

GASTOS DIRETAMENTE REALIZADOS PELO ELEITOR

Gastos diretamente realizados pelo **eleitor** são gastos com a finalidade de apoiar candidato de sua preferência, qualquer eleitor pode realizar pessoalmente gastos totais até o valor de **R\$ 1.064,10 (mil e sessenta e quatro reais e dez centavos)**, não sujeitos à contabilização, desde que não reembolsados. Nesta hipótese, o comprovante da despesa deve ser emitido **em nome do eleitor**. Bens e serviços entregues ou prestados ao candidato não representam os gastos acima e caracterizam doação e devem ser contabilizados (art. 43, **Resolução do TSE n. 23.607**).

Fique atento: os gastos eleitorais devem ser comprovados. Os gastos são rigorosamente analisados pela Justiça Eleitoral. É necessário apresentar documentos que comprovem os gastos. Não são necessariamente notas fiscais. Por exemplo: no caso de aluguel de sede de partido, o melhor documento será o contrato de aluguel. É útil também juntar documentos que comprovem que os serviços foram feitos, ou os bens foram devidamente utilizados.

SOBRAS FINANCEIRAS DE CAMPANHA

As contas bancárias dos candidatos serão encerradas no fim do ano eleitoral, em **31 de dezembro**. Se houver **sobras**, os recursos deverão ser repassados aos **diretórios** da circunscrição eleitoral do pleito. Por exemplo, um candidato a Vereador, deverá repassar ao Diretório Municipal tudo o que sobrar. Nesse momento, deve-se observar a **origem** dos recursos de sobra. Se são recursos privados, devem ser transferidos para a conta que leva o nome de “Outros recursos” do partido. Se sobraram recursos públicos do Fundo Partidário, devem ser depositados na conta que leva o nome de Fundo Partidário. Se sobraram recursos do Fundo Eleitoral, devem ser recolhidos via GRU para o Tesouro Nacional. Em todos os casos, o **comprovante da transferência** deve ser juntado na prestação de contas.

PRESTAÇÃO DE CONTAS

A prestação de contas é o ato que oferece os meios de fiscalização à Justiça Eleitoral. É uma etapa importante da campanha, cujo descumprimento ou eventuais irregularidades podem ensejar a **cassação do registro, do diploma** (caso eleita) e até a **inelegibilidade**. São sujeitos da prestação de contas:

Todos os candidatos, inclusive os que tiverem renunciado, desistido, sido substituído e/ou com registro indeferido, mesmo que não tenham realizado campanha

Todos os órgãos partidários, de todas as esferas (nacional, estadual, distrital e municipal), ainda que constituídos de forma provisória e mesmo que não haja movimentação de recursos financeiros ou estimáveis em dinheiro.

ATUAÇÃO NECESSÁRIA DE ADVOGADO E CONTADOR

Segundo o art. 46 da **Resolução TSE n. 23.607**, a prestação de contas deve ser encaminhada por intermédio do **Sistema de Prestação de Contas de Campanha**

Eleitoral (SPCE), que fará automaticamente a autuação e a integração no **Processo Judicial Eletrônico (PJE)**. É obrigatória a constituição de **advogado** para a prestação de contas. Além disso, a arrecadação de recursos e a realização de gastos eleitorais devem ser acompanhadas **por profissional habilitado em contabilidade** desde o início da campanha, o qual realizará os registros contábeis pertinentes e auxiliará o candidato e o partido na elaboração da prestação de contas (art. 45, §§4º e 5º).

PRAZOS

O financiamento eleitoral é repleto de **prazos**. É preciso prestar muita atenção a eles:

O candidato possui dez dias contados da concessão do CNPJ da campanha para a abertura da conta da campanha. 15 de agosto é o último dia para os partidos enviarem o registro de candidatura. Quando for gerado o CNPJ, começa o prazo de dez dias para abrir as contas.

a prestação de contas parcial, entre os dias 9 a 13 de setembro de 2020, dela constando o registro da movimentação financeira e/ou estimável em dinheiro ocorrida desde o início da campanha até o dia 8 de setembro, na forma do §4º do art. 47 da Resolução TSE n.º 23.553. Se houver inadimplência ou divergência, serão consideradas graves, podendo levar à desaprovação.

as prestações de contas finais referentes ao primeiro turno de todos os candidatos e de partidos políticos em todas as esferas devem ser prestadas à Justiça Eleitoral até 03 de novembro de 2020.

havendo segundo turno, devem prestar suas contas até 14 de novembro de 2020, apresentando a movimentação financeira referente aos dois turnos.

Além das parciais, os dados relativos aos recursos financeiros recebidos para financiamento de sua campanha eleitoral devem ser enviados via SPCE em até 72 horas contadas do recebimento da doação.

TABELA ANEXA 1: CANDIDATOS E CANDIDATAS POR PARTIDO

População do Município	Número de Vereadores	Candidatos Indicados	Candidatas (30%)	Candidatas (70%)*
Até 15.000	9	14	5	9
15.000 – 30.000	11	17	6	11
30.000 – 50.000	13	20	6	14
50.000 – 80.000	15	23	7	16
80.000 – 120.000	17	26	8	18
120.000 – 160.000	19	29	9	20
160.000 – 300.000	21	32	10	22
300.000 – 450.000	23	35	11	24
450.000 – 600.000	25	38	12	26
600.000 – 750.000	27	41	13	28
750.000 – 900.000	29	44	14	30
900.000 - 1.050.000	31	47	15	32
1.050.000 - 1.200.000	33	50	15	35
1.200.000 - 1.350.00	35	53	16	37
1.350.00 - 1.500.000	37	56	17	39
1.500.000 - 1.800.000	39	59	18	41

1.800.000 2.400.000	-	41	62	19	43
2.400.000 3.000.000	-	43	65	20	45
3.000.000 4.000.000	-	45	68	21	47
4.000.000 5.000.000	-	47	71	22	49
5.000.000 6.000.000	-	49	74	23	51
6.000.000 7.000.000	-	51	77	24	53
7.000.000 8.000.000	-	53	80	24	56
Mais de 8.000.000		55	83	25	58

*É possível e simpática a ideia do surgimento das chamadas **“quotas invertidas”**, o que aumentaria a representatividade feminina nos pleitos eleitorais. É uma opção dos partidos, que podem lançar 70% de mulheres e 30% de homens para a disputa do cargo de vereador.

TABELA ANEXA 2: DOCUMENTOS NECESSÁRIOS AO REGISTRO DE CANDIDATURA

Documentos necessários:

Relação atual de bens, preenchida no Sistema CANDex;
Fotografia recente da candidata junto a foto do(a) candidato(a) a vice; com os parâmetros: dimensões:
161 x 225 pixels (L x A), sem moldura;
profundidade de cor: 24bpp;
cor de fundo uniforme, preferencialmente branca;
características: frontal (busto), trajes adequados para fotografia oficial e sem adornos, especialmente aqueles que tenham conotação de propaganda eleitoral ou que induzam ou dificultem o reconhecimento pelo eleitor;
Prova de alfabetização;
Prova de desincompatibilização, quando for o caso
Cópia de documento oficial de Identificação (R.G. ou C.P.F.)
Certidões judiciais (Caso sejam positivas, são necessárias as certidões de objeto e pé atualizadas de cada um dos processos indicados, diretamente na vara em que tramita o processo):
1. certidões criminais fornecidas pela Justiça Federal de 1º e 2º grau;
2. certidões criminais fornecidas pela Justiça Estadual de 1º e 2º grau;
3. certidões dos Tribunais competentes, quando os candidatos gozarem de foro especial.

MODELO DE ATA DA CONVENÇÃO PARTIDÁRIA

Aos ____ dias do mês de ____ de 2020, às ____ horas, na Rua____, nº ____, previamente convocados na forma do Estatuto, reuniram-se os convencionais do Partido (...) - (SIGLA) (qualificar os convencionais)____, para o fim específico de deliberar sobre a seguinte ordem do dia: a) propostas de coligação; b) escolha de candidato a prefeito, vice-prefeito e vereador; c) sorteio do número com que concorrerão os candidatos; d) delegação à comissão executiva dos demais itens da pauta. Verificando a presença de quórum, o Sr. presidente declarou instalada a convenção e esclareceu como funcionariam os trabalhos, informando que havia uma proposta de coligação, a qual seria discutida e votada. Acrescentou o presidente que após escolha dos candidatos, realizar-se-ia o sorteio dos números com que concorrerão os candidatos escolhidos e, finalmente, discutidos outros assuntos. A seguir, leu a proposta de coligação: _____. Procedida a leitura da proposta o presidente prestou esclarecimentos sobre sua conveniência e convidou os convencionais para a votação secreta. Os convencionais assinaram a lista de presença e receberam a cédula de votação. Encerrada a votação o presidente convidou os escrutinadores a apurarem e após a verificação de todos os votos, sem qualquer impugnação ou protesto proclamou o seguinte resultado: _____.

Em seguida, ao outro item da ordem do dia, ou seja, escolha de candidatos a prefeito, vice-prefeito e vereadores, informando que a chapa fora composta conforme descrito na cédula de votação: chapa única de candidatos na eleição majoritária e chapa de vereadores constituída da seguinte forma: Prefeito: _____.; Vice-Prefeito: _____.; Vereadores: _____.; respeitando-se por oportuno a percentagem mínima de gênero, sendo 70% para homens e 30% para mulheres. Em seguida, foi procedida a chamada dos convencionais para ato de votação secreta e direta. O resultado foi: _____. Encerrada a votação o presidente passou ao sorteio dos números de candidatos, que ficaram com a seguinte composição (Nome – Número).

Nada mais havendo a tratar, foi lavrada a presente Ata que vai assinada por mim, que a secretariei e pelo Presidente do (Partido). (Assinatura do Secretário) _____ (cidade), ____ (dia) de (mês) de 2020.

Atenção: a assinatura dos convencionais deve anteceder o texto da ata em livro aberto e rubricado pela Justiça Eleitoral.

"As reformas se fazem necessárias quando as estruturas já estão superadas ou não conseguem se concatenar com as novas exigências da realidade política. Vê-se, pois, que o presente livro do jurista Dr. Renato Ribeiro de Almeida, que hoje se notabiliza como um respeitado estudioso do Direito Eleitoral, reveste-se de flagrante atualidade".

- Professora Vânia Siciliano Aieta



RIBEIRO DE
ALMEIDA &
ADVOGADOS
ASSOCIADOS