

2024  
**eleições**  
MANUAL





## **PARTIDO DOS TRABALHADORES DE MINAS GERAIS**

GESTÃO 2020 - 2025

**Deputado Estadual Cristiano Silveira**

Presidente

**Deputado Federal Odair Cunha**

Vice-presidente

**Deputada Estadual Leninha**

Vice-presidenta

**Patrícia Melo**

Vice-presidenta

**Deputado Estadual Ulysses Gomes**

Líder na Assembleia Legislativa (ALMG)

**Alfredo Ramos**

Secretário de Finanças e Planejamento

**José Dantas**

Secretário-geral

**Edmar Rosa**

Secretário de Organização

**Luiz Mamede**

Secretário de Coordenação Regional

**Sumara Ribeiro**

Secretária de Formação



## **PARTIDO DOS TRABALHADORES DE MINAS GERAIS**

GESTÃO 2020 - 2025

### **Dimi Chaves**

Secretário de Assuntos Institucionais

### **Kerison Lopes**

Secretário de Comunicação

### **Usânia Gomes**

Secretária de Movimentos Populares

### **Lilian Macena**

Secretária de Mobilização

### **Macaé Evaristo**

Secretária de Combate ao Racismo

### **Andréa Cangussú**

Secretária de Mulheres

### **Gustavo Eik**

Secretário LGBTI+

### **Duda Paschoalini**

Secretária de Juventude



## **BANCADA DO PT NA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA (ALMG)**

LEGISLATURA 2023 - 2026

Andréia de Jesus

Dr. Jean Freire

Macaé Evaristo

Beatriz Cerqueira

Leleco Pimentel

Marquinho Lemos

Betão

Leninha

Ricardo Campos

Cristiano Silveira

Luizinho

Ulysses Gomes

## **BANCADA DO PT NA CÂMARA DOS DEPUTADOS**

LEGISLATURA 2023 - 2026

Ana Pimentel

Odair Cunha

Paulo Guedes

Dandara Tonantzin

Padre João

Reginaldo Lopes

Leonardo Monteiro

Patrus Ananias

Rogério Correia

Miguel Ângelo



## SUMÁRIO

<b>APRESENTAÇÃO</b> .....	07
<b>PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO ELEITORAL</b> .....	09
<b>JURÍDICO: LEGISLAÇÃO ELEITORAL</b> .....	16
• COMISSÕES PROVISÓRIAS DA FEDERAÇÃO BRASIL DA ESPERANÇA .....	19
• ATOS DE PRÉ-CAMPANHA .....	28
• CONDUTAS VEDADAS AOS AGENTES PÚBLICOS .....	31
• CONVENÇÕES E REGISTROS .....	35
• PROPAGANDA ELEITORAL .....	59
• ARRECADAÇÃO E APLICAÇÃO DE RECURSOS .....	89
<b>COMUNICAÇÃO E MARKETING ELEITORAL</b> .....	106
• A TECNOLOGIA A FAVOR DO VOTO .....	107
• COMUNICAÇÃO E MARKETING PARA CAMPANHAS ELEITORAIS .....	118

# apresentação



## SAUDAÇÕES A TODOS E TODAS

Neste ano de 2024, temos uma grande missão: eleger o maior número de prefeitas e prefeitos, vices, vereadores e vereadoras. Para contribuir com isso, produzimos o **Manual Eleições 2024**. Uma publicação com orientações para auxiliar as candidaturas do partido em Minas.

Neste exemplar, apresentamos a legislação eleitoral em vigor com ampla abordagem sobre a organização da nossa federação nos municípios. Abordamos ainda: propaganda eleitoral, arrecadação, prestação de contas, comunicação, marketing e uso das tecnologias da informação nas eleições

Um material que será de grande utilidade para todas as candidaturas. Temos a certeza de que os diretórios municipais vão se empenhar nessa luta. E de que teremos resultados positivos e expressivos em todas as regiões do estado.

Assim, vamos fortalecer a democracia e contribuir com a reconstrução do Brasil. Estamos juntos!

**Cristiano Silveira**

Deputado Estadual e presidente do PT-MG





# ELEITORAL **planejamento** ESTRATÉGICO

## CONSIDERAÇÕES SOBRE A CAMPANHA ELEITORAL

**Cristiano Silveira:** *Deputado estadual, presidente do PT-MG, graduado em filosofia com especialização em Gestão Estratégica, graduando em Direito.*

### **A decisão de ser candidato ou candidata e os esqueletos no armário**

É preciso analisar a própria vida antes de decidir se candidatar. Seu passado, suas fraquezas, seus erros e vícios serão explorados e ampliados na campanha. Se tiver algum problema mais grave no passado, é preciso analisar com cuidado o momento de se lançar. Ouça os amigos e a família.

### **A legislação eleitoral**

Para se candidatar é preciso cumprir algumas exigências e prazos legais. Hoje, as regras para realização de campanha estão mais rígidas, por isso é preciso saber o que pode ou não no processo eleitoral, especialmente no que diz respeito às receitas e despesas.

### **Campanha de dentro pra fora: Construindo redes**

Toda campanha deve começar de dentro para fora, ou seja, inicie a discussão com sua família, seus amigos, filiados e filiatas do partido, vizinhos, colegas de escola ou trabalho. Faça listas com nomes de apoiadores. Quem te conhece tem maior propensão a votar em você.



### **Utilização dos recursos disponíveis: Material e imaterial**

Toda campanha tem algum custo. Evidente que não é o recurso que vai definir a vitória, mas ele ajuda. Contudo, mais que dizer da falta de recurso, é melhor pensar “como utilizar bem o recurso disponível”. Lembre-se que em sua rede de amigos e apoiadores, você terá pessoas com capacidades importantes na campanha. Um amigo pode lhe disponibilizar um veículo, te ajudar nas redes sociais, revisar um texto... toda ajuda conta!

### **Organização da agenda**

O tempo numa campanha é o recurso mais valioso. Depois que acaba não dá para encomendar mais, nem pedir emprestado. Acabou e pronto. Por isso é fundamental utilizar bem cada minuto da campanha. Não deixe para depois e combata o desânimo.

Evite repetição de agenda. Faça o alinhamento das atividades com o calendário já estabelecido de eventos da cidade e/ou região. Crie seu próprio calendário de eventos e atividades de campanha.



### **Bandeira da candidatura ou plano de governo**

Por que quero ser candidato ou candidata? Esta pergunta deve nortear a escolha da bandeira ou a elaboração do plano de governo em consonância com as expectativas da comunidade. Normalmente as ideias-forças se vinculam a biografia da candidatura ou sua atuação política, social e empresarial. Nunca se esqueça que na história do PT, existem grandes referências positivas que denominamos de modo petista de governar e legislar.

### **Campanha eleitoral: Fortalecendo a democracia**

Para petistas, a campanha eleitoral não é uma loteria onde o que está em jogo é tão somente o perde e ganha. Existe vitória eleitoral e vitória política. As duas podem ocorrer juntas, mas, às vezes, mesmo diante da derrota eleitoral, pode se ter uma vitória política.

### **Transformar conhecimento em reconhecimento**

Muitas pessoas acham que podem vencer uma eleição por se considerarem conhecidas da comunidade. O conhecimento ajuda, mas não ganha a eleição. Mais do que ser conhecido ou conhecida, você precisa ser reconhecido ou reconhecida por alguma em você.



### **Utilização dos mecanismos de comunicação**

Materiais gráficos, internet, telefone, carro de som. A maior ferramenta é a comunicação. Utilize todos recursos disponíveis. Participe de redes sociais, envie mensagens, utilize veículos sonoros inclusive para os chamados comícios relâmpagos. E sempre tenha em mãos seu santinho com um pouco de sua história e suas propostas.

**Lembre-se:** Candidato ou candidata não tem o direito de permanecer em silêncio. Precisa ter ideias próprias e saber expor com clareza, concisão e coerência suas propostas e opiniões.

### **A disputa não é contra alguém e sim pela preferência do eleitor**

O maior erro de muitas candidaturas é tentar se promover atacando os adversários. O que vai convencer os eleitores e as eleitoras serão suas propostas, sua capacidade de tratar o assunto com propriedade. As pessoas querem saber quem tem chances e condições de melhorar suas vidas.



### **Conhecimento das circunstâncias do cargo em disputa**

É muito comum candidaturas a determinados cargos não terem o mínimo de conhecimento sobre o mesmo. Evite ser pego pelos detalhes e tenha sempre algumas informações sobre o cargo em disputa. Quantos vereadores e vereadoras compõem a Câmara? Qual seu papel constitucional? O que deve ou não ser comprometido?

### **Candidato ou candidata à reeleição deve**

Atenção às pesquisas de intenção de voto e de avaliação do mandato, tanto as produzidas pelo partido quanto as elaboradas por terceiros. Ter feito um bom trabalho e estar bem avaliado é um grande passo para conseguir um novo mandato.

Avaliar com a base de apoio a viabilidade política da candidatura, bem como a realização de alianças (direção do partido, lideranças, grupos, apoiadores...).

Ter informações sobre o trabalho realizado no mandato para a produção do material de campanha: boletins, jornais, site, fotos, textos, vídeos etc. O trabalho feito durante o mandato será a vitrine da campanha. O sucesso nas urnas dependerá da boa divulgação feita durante todo o mandato e não apenas na campanha.

## PONTOS FORTES, PONTOS FRACOS, OPORTUNIDADES E AMEAÇAS

### Análise de SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta muito importante para realizar um diagnóstico de cenário interno e externo.

A sigla SWOT representa a primeira letra das palavras, em inglês: Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats (Pontos fortes, Pontos fracos, Oportunidades e Ameaças). Os Pontos fracos e fortes são fatores internos. Oportunidades e Ameaças são fatores externos.

<b>Forças</b>	<b>Oportunidades</b>
<b>Fraquezas</b>	<b>Ameaças</b>

### Equipe

Durante a campanha, as pessoas da equipe precisam ter papéis definidos, funções claras e específicas. Quem faz o quê? Em quanto tempo? Quais são os recursos disponíveis?



**jurídico**

**LEGISLAÇÃO**





## **APRESENTAÇÃO: LEGISLAÇÃO ELEITORAL**

As eleições de 2024 contam com a novidade das Federações Partidárias em âmbito municipal, instituídas pela Lei nº 14.208/2021, que alterou a Lei dos Partidos Políticos (Lei nº 9.096/1995) e a Lei das Eleições (Lei nº 9.504/1997).

A Federação Brasil da Esperança formada pelo PT/PCdoB/PV enfrenta o desafio da organização em nível municipal e a nova forma de composição das chapas majoritárias e proporcionais para a disputa eleitoral.

Embora já testada nas eleições gerais, é a primeira vez que os Diretórios Municipais dos Partidos federados vão enfrentar esta nova conjuntura com o desafio de construir consensos na formação das chapas e adequar interesses locais.

Esta publicação, dispõe de orientações sobre essa nova forma de organização dos partidos para as eleições municipais, as regras para escolha e registro das pessoas candidatas, para a propaganda eleitoral e para a arrecadação e aplicação dos recursos em campanha eleitoral, estabelecidas pelas Resoluções editadas pelo Tribunal Superior Eleitoral.

**\*Maria Andreia Lemos**



**COMISSÕES PROVISÓRIAS DA FEDERAÇÃO BRASIL DA ESPERANÇA**

**ATOS DE PRÉ-CAMPANHA**

**CONDUTAS VEDADAS AOS AGENTES PÚBLICOS**

**CONVENÇÕES E REGISTROS**

**PROPAGANDA ELEITORAL**

**ARRECADAÇÃO E APLICAÇÃO DE RECURSOS**

**\*Maria Andreia Lemos**

Mestra em Proteção dos Direitos Fundamentais pela Universidade de Itaúna. Especialista em Direito Processual e Direito Público pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC Minas. Autora de livros coletivos e artigos jurídicos. Advogada.



## FEDERAÇÃO BRASIL DA ESPERANÇA (PT/PCDOB/PV) COMISSÕES PROVISÓRIAS MUNICIPAIS

A partir da Lei nº 14.208/2021, dois ou mais partidos políticos podem se reunir em federação, a qual, após sua constituição e respectivo registro perante o Tribunal Superior Eleitoral, **atuará como se fosse uma única agremiação partidária**, aplicando-se a elas todas as normas que regem o **funcionamento parlamentar e a fidelidade partidária**.

Mesmo integrando a Federação **o partido mantém identidade e a autonomia próprias**. Contudo, quando os integrantes da **Comissão Provisória se pronunciar em nome da Federação Brasil da Esperança**, deverá manifestar a posição comum dos Partidos associados, abdicando de manifestar posição pessoal ou de sua agremiação partidária, nos termos do art. 11, II, da Res. FE Brasil nº 07/2024.

A Federação Brasil da Esperança (PT/PCdoB/PV) foi registrada no Tribunal Superior Eleitoral em 24 de maio de 2022. É regulada pelo seu Estatuto que está disponível no sítio eletrônico do TSE. A representação da Federação Brasil da Esperança em cada Município cabe à **Comissão Provisória Municipal**, formada por um presidente, primeiro e segundo vice-presidentes, com **poderes** para (Resolução nº 07/2024 FE Brasil):



- praticar todos os atos de direção política e administrativa, bem como aqueles decorrentes de lei ou de regulamento que sejam atribuídos a órgão municipal de federação partidária;
- atuar no polo ativo ou passivo de procedimentos e processos administrativos ou judiciais onde o Órgão Municipal da Federação for parte;
- adotar resoluções políticas e administrativas, assim como regular seu funcionamento interno;
- organizar, realizar e praticar todos os atos do processo eleitoral, tais como convenções partidárias conjuntas, registros de candidaturas, impugnações e formação de coligações, quando for o caso;
- resolver os casos omissos no âmbito de suas atribuições e competência.

Cabe ao **presidente da Comissão Provisória Municipal** representar ativa e passivamente, judicial e extrajudicialmente, a Federação Brasil da Esperança, inclusive perante a Justiça Eleitoral.

O **primeiro e segundo vice-presidentes**, respeitada a numeração ordinal, substituirão o presidente da Comissão Provisória, no exercício de suas competências, em caso de ausência, afastamento ou impedimento.



**As decisões** da Comissão Provisória Municipal **devem ser tomadas por consenso**. Não havendo consenso devem ser submetidas à Comissão Provisória Estadual. (Resolução nº 07/2024 FE Brasil).

**O registro** das Comissões Provisórias Municipais no Sistema de Gerenciamento de Informações Partidárias – SGIP, será feito pela **Comissão Provisória Estadual**, representada pela Secretaria de Organização Eleitoral.

Após a anotação inicial da Comissão Provisória Municipal no SGIP, caso os demais Partidos associados criem ou regularizem o registro e a anotação de seu órgão municipal, sua direção estadual deverá comunicar esse fato à Secretaria de Organização Eleitoral da Comissão Provisória Estadual para formalizar a nova composição no SGIP.

**NÃO haverá registro** da Comissão Provisória Municipal no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – **CNPJ**.

A Comissão Provisória Municipal fará o credenciamento de **delegados** perante a Justiça Eleitoral, escolhidos **preferencialmente dentre os dirigentes municipais** dos partidos associados, que terão **funções e atribuições apenas administrativas**.

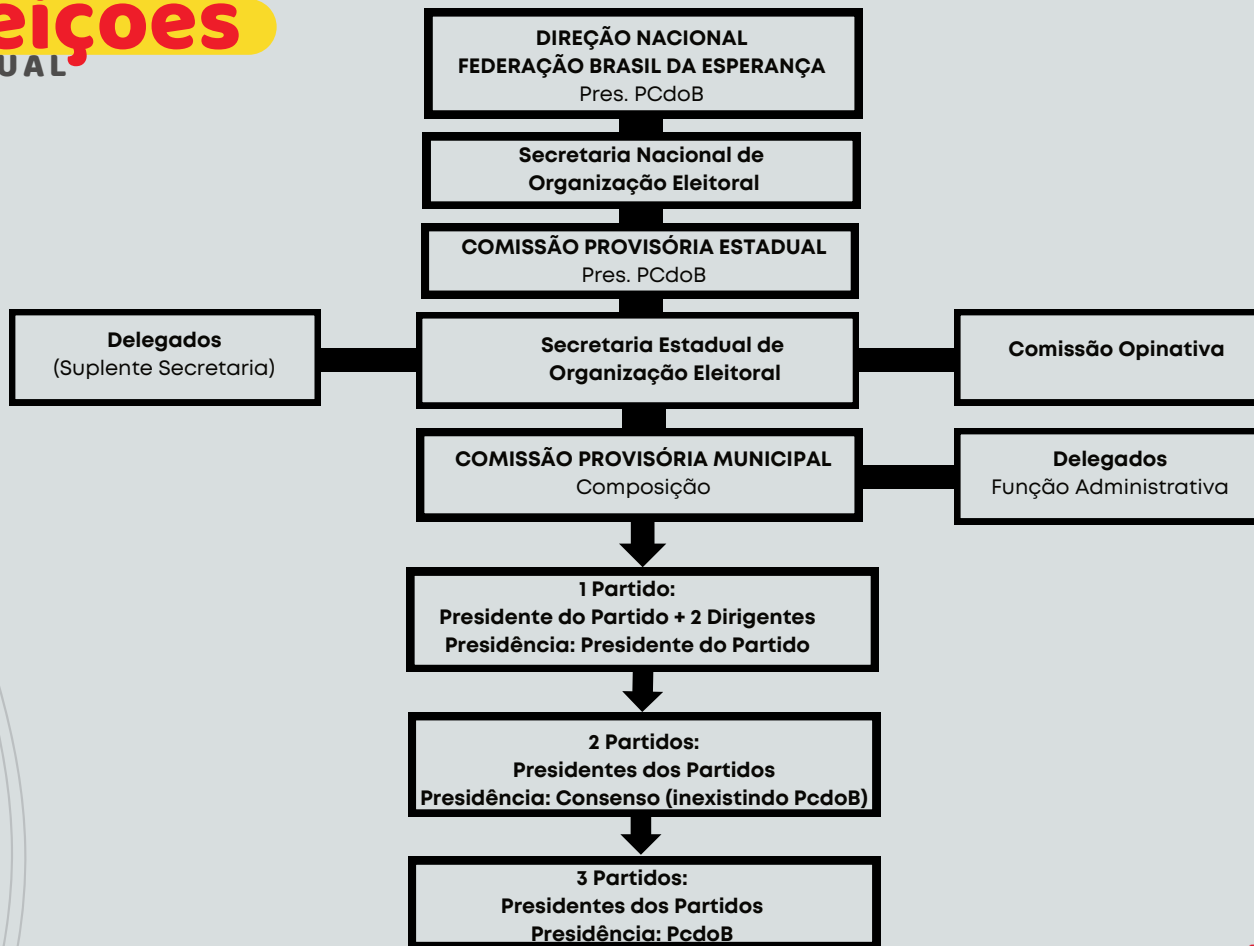


A Presidência da Comissão Provisória **designará um dos delegados credenciados como o responsável pela prática dos atos administrativos e eleitorais perante a Justiça Eleitoral**, podendo atribuir a mesma responsabilidade aos demais delegados no caso de ausência, afastamento ou impedimento do titular, especialmente no que tange à autorização para o responsável **operar as chaves, declarações, formulários e sistemas da justiça eleitoral, tais como o SGIP, o CANDEX e a DRAP**, ainda:

- manter a regularidade da documentação da Comissão Provisória;
- encaminhar a documentação a ser objeto de apreciação para todos e todas integrantes da Comissão Provisória, com antecedência necessária;
- secretariar as convenções eleitorais conjuntas dos partidos da Federação no Município, assim como elaborar as respectivas atas e as listas de presença ou comprovações de presenças, registrando-as no sistema CANDEX;
- reunir e manter organizados os documentos necessários para a instrução dos pedidos de registro da DRAP e das candidaturas da Federação, encaminhando-as, com apoio da assessoria jurídica da Comissão Provisória, para a Justiça Eleitoral;
- colaborar com a presidência nas atividades da Comissão Provisória.

Estrutura da representação e organização da Federação Brasil da Esperança, conforme a Resolução 07/2024 FE Brasil, para as eleições 2024:





Minuta de

ATA DE INSTALAÇÃO E POSSE DOS MEMBROS DA COMISSÃO PROVISÓRIA DA FEDERAÇÃO BRASIL DA ESPERANÇA (FE BRASIL) NO MUNICÍPIO DE \_\_\_\_\_/MG.

Aos \_\_\_\_\_ dias do mês de \_\_\_\_\_ de 2024, às \_\_\_\_:\_\_\_\_ horas, após a verificação do quórum para deliberação, conforme lista de presença em anexo, a Comissão Provisória da Federação Brasil da Esperança (FE Brasil) no Município de \_\_\_\_\_/MG, criada por força do art. 18 do Estatuto da referida Federação, nos termos da Resolução nº 07/2024 da Comissão Executiva Nacional, declarou instalada a Comissão Provisória local com a posse dos seguintes filiados para os cargos abaixo descritos:

Título Eleitoral	Nome	Cargo	Partido
		Presidente	
		1º Vice-Presidente	
		2º Vice-Presidente	

O/A Sr./Sra. Presidente esclareceu que os membros desta Comissão Provisória terão mandato até eventual destituição pela Comissão Executiva Nacional, de acordo com as normas aprovadas pela Comissão Executiva Nacional da Federação. Em seguida, os presentes, na forma do art. 10 da Resolução nº 07/2024, indicaram os seguintes nomes para atuarem como delegados da Federação Brasil da Esperança perante a Justiça Eleitoral, com funções administrativas:



Título Eleitoral	Nome	Cargo	Partido
		1º Delegado	
		2º Delegado	
		3º Delegado	

Aprovados os nomes e designados os delegados, desde já a Comissão Provisória confere poderes ao 1º Delegado para a prática dos atos administrativos e eleitorais perante a Justiça Eleitoral na forma dos §§ 2º e 4º do art. 10 da Resolução 07/2024, ficando autorizada a operar as chaves, declarações, formulários e sistemas da Justiça Eleitoral, tais como o SGIP, o CANDEX e a DRAP, ainda, exercer as seguintes atribuições:

- I - manter a regularidade da documentação da Comissão Provisória;
- II - encaminhar a documentação a ser objeto de apreciação para todos e todas integrantes da Comissão Provisória, com antecedência necessária;
- III - secretariar as convenções eleitorais conjuntas dos partidos da Federação no Município, assim como elaborar as respectivas atas e as listas de presença ou comprovações de presenças, registrando-as no sistema CANDEX;

IV - reunir e manter organizados os documentos necessários para a instrução dos pedidos de registro da DRAP e das candidaturas da Federação, encaminhando-as, com apoio da assessoria jurídica da Comissão Provisória, para a Justiça Eleitoral;

V - colaborar com a presidência nas atividades da Comissão Provisória.

A Comissão confere também poderes aos demais delegados aqui nomeados para substituição em caso de afastamento ou impedimento do titular, na forma do § 2º, art. 10 da Resolução nº 07/2024. Logo após, o/a Sr./Sra.

Presidente franqueou a palavra a quem dela quisesse fazer uso e, após os esclarecimentos necessários, determinou ao/a Secretário(a) que fosse lavrada ata, declarando, nesta data, empossados os membros da Comissão Provisória e os Delegados.

Nada mais havendo a tratar, foi a presente ata lida e assinada por mim, secretário/secretária \_\_\_\_\_(nome e assinatura) e pelo/pela Presidente \_\_\_\_\_(nome e assinatura), com posterior remessa à Comissão de Organização Eleitoral da Comissão Provisória Estadual para os registros de praxe junto à Justiça Eleitoral.



LISTA DE PRESENÇA  
REUNIÃO DE INSTALAÇÃO E POSSE DOS MEMBROS DA COMISSÃO PROVISÓRIA DA  
FEDERAÇÃO BRASIL DA ESPERANÇA (FE BRASIL) NO ESTADO DE \_\_\_\_\_,  
REALIZADA EM \_\_\_ DE \_\_\_\_\_ DE 2024:

Nome	Partido/Cargo	Assinatura

**DÚVIDAS SOBRE A FEDERAÇÃO NOS MUNICÍPIOS**



**(31) 3658-4023**



## ATOS PRÉ CAMPANHA

**Não configuram propaganda eleitoral antecipada**, desde que não envolvam pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades das pessoas pré-candidatas.

O pedido explícito de voto não se limita ao uso da locução “vote em”, podendo ser inferido de termos e expressões que transmitam o mesmo conteúdo.

**Na pré-campanha são permitidos os seguintes atos**, com cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via internet:

- **a participação em entrevistas, programas, encontros ou debates na rádio, na televisão e na internet**, 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 serem divulgadas pelos instrumentos de comunicação intrapartidária;

- **a realização de prévias partidárias** e a respectiva distribuição de material informativo, a divulgação dos nomes das filiadas e dos filiados que participarão da disputa e a realização de debates entre as pessoas pré-candidatas;
- **a divulgação de atos de parlamentares** e de debates legislativos, desde que não se faça pedido de votos;
- **a divulgação de posicionamento pessoal** sobre questões políticas, inclusive em shows, apresentações e performances artísticas, redes sociais, blogs, sítios eletrônicos pessoais 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 político, em qualquer localidade, para divulgar ideias, objetivos e propostas partidárias;
- campanha de arrecadação prévia de recursos, conhecida como **‘vaquinhas virtuais’**.

É autorizado o pedido de apoio político e a divulgação da pré-candidatura, das ações políticas desenvolvidas e das que se pretende desenvolver, no caso de entrevistas e promoção de ‘vaquinhas virtuais’.

Os atos de pré-campanha podem ser realizados em live, exclusivamente nos perfis e canais de pessoas pré-candidatas, partidos, federações, vedada a transmissão ou retransmissão por emissora de rádio ou televisão, sítio na internet, perfil ou canal pertencente a pessoa jurídica.

O **impulsioneamento** somente é permitido durante a pré-campanha quando, cumulativamente: (art. 3º-B, Res. TSE 23.610/2019)

- I - o serviço seja contratado por partido político ou pela pessoa natural que pretenda se candidatar diretamente com o provedor de aplicação;
- II - não haja pedido explícito de voto;
- III - os gastos sejam moderados, proporcionais e transparentes;
- IV - sejam observadas as regras aplicáveis ao impulsioneamento durante a campanha.

### **CUIDADO!**

Considera-se **propaganda antecipada** passível de multa aquela divulgada, cuja mensagem contenha **pedido explícito de voto**, ou que veicule **conteúdo eleitoral** em local vedado ou por meio, forma ou instrumento proibido no período de campanha. Entre a Convenção da Federação e o registro da candidatura pode ser mantida a comunicação da pré-campanha, **sem pedido de voto**.



## CONDUTAS VEDADAS A AGENTES PÚBLICOS (art. 73 da Lei nº 9.504/1997)

**Em 2024 é vedado aos agentes públicos**, servidores ou não, condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos nos pleitos eleitorais:

I - ceder ou usar, em benefício de candidato, partido político ou coligação, bens móveis ou imóveis pertencentes à administração direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal, dos Territórios e dos Municípios, **ressalvada a realização de convenção partidária;**

II - usar materiais ou serviços, custeados pelos Governos ou Casas Legislativas, que excedam as prerrogativas consignadas nos regimentos e normas dos órgãos que integram;

III - ceder servidor público ou empregado da administração direta ou indireta federal, estadual ou municipal do Poder Executivo, ou **usar de seus serviços, para comitês de campanha eleitoral** de candidato, partido político ou coligação, **durante o horário de expediente normal, salvo se o servidor ou empregado estiver licenciado;**

IV - fazer ou permitir uso promocional em favor de candidato, partido político ou coligação, de distribuição gratuita de bens e serviços de caráter social custeados ou subvencionados pelo Poder Público;

V - nomear, contratar ou de qualquer forma admitir, demitir sem justa causa, suprimir ou readaptar vantagens ou por outros meios dificultar ou impedir o exercício funcional e, ainda, ex officio, remover, transferir ou exonerar servidor público, na circunscrição do pleito, **nos três meses que o antecedem e até a posse dos eleitos**, sob plena de nulidade de pleno direito, ressalvados:

a) a nomeação ou exoneração de cargos em comissão e designação ou dispensa de funções de confiança;

b) a nomeação para cargos do Poder Judiciário, do Ministério Público, dos Tribunais ou Conselhos de Contas e dos órgãos da Presidência da República;

c) a nomeação dos aprovados em concursos públicos homologados até o início daquele prazo;



d) a nomeação ou contratação necessária à instalação ou ao funcionamento inadiável de serviços públicos essenciais, com prévia e expressa autorização do Chefe do Poder Executivo;

e) a transferência ou remoção ex officio de militares, policiais civis e de agentes penitenciários;

**VI - nos três meses que antecedem o pleito:**

a) realizar transferência voluntária de recursos da União aos Estados e Municípios, e dos Estados aos Municípios, sob pena de nulidade de pleno direito, ressalvados os recursos destinados a cumprir obrigação formal preexistente para execução de obra ou serviço em andamento e com cronograma prefixado, e os destinados a atender situações de emergência e de calamidade pública;

b) com exceção da propaganda de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado, autorizar publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral;

c) fazer pronunciamento em cadeia de rádio e televisão, fora do horário eleitoral gratuito, salvo quando, a critério da Justiça Eleitoral, tratar-se de matéria urgente, relevante e característica das funções de governo;

VII - empenhar, no primeiro semestre do ano de eleição, despesas com publicidade dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, que excedam a 6 (seis) vezes a média mensal dos valores empenhados e não cancelados nos 3 (três) últimos anos que antecedem o pleito;

VIII - fazer, na circunscrição do pleito, revisão geral da remuneração dos servidores públicos que exceda a recomposição da perda de seu poder aquisitivo ao longo do ano da eleição, a partir do início do prazo estabelecido no art. 7º desta Lei e até a posse dos eleitos.

**Ainda é vedado, em 2024, distribuição gratuita de bens, valores ou benefícios por parte da Administração Pública**, exceto nos casos de calamidade pública, de estado de emergência ou de programas sociais autorizados em lei e já em execução orçamentária no exercício anterior, casos em que o Ministério Público poderá promover o acompanhamento de sua execução financeira e administrativa.



Também não pode haver execução de programas sociais, custeados com recursos públicos, por entidade nominalmente vinculada a candidato ou por esse mantida.

## CONVENÇÕES PARTIDÁRIA E CONJUNTA DA FEDERAÇÃO

### Filiação partidária

O prazo mínimo de **filiação partidária** é de seis meses, considerando a data fixada para o 1º turno das eleições. Todas as pessoas candidatas devem estar filiadas até 06 de abril de 2024.

Deferido internamente o pedido de filiação, o Partido deve, **no prazo de 10 dias**, inserir os **dados do filiado no FILIA**, que automaticamente enviará aos juízes eleitorais, para arquivamento, publicação e cumprimento dos prazos de filiação partidária para efeito de candidatura a cargos eletivos. (Res. TSE nº 23.596/2019).



Os prejudicados por desídia ou má-fé poderão requerer, diretamente ao juízo da zona eleitoral em que forem inscritos, a inclusão de seu nome nos registros oficiais do partido, devendo instruir o pedido com documentos e informações que possam auxiliar no exame.

Importante: **Não existe mais remessa de listas de filiados à Justiça Eleitoral.**

**Domicílio eleitoral: O tempo mínimo de domicílio eleitoral** também é de **seis meses**, considerando a data fixada para o 1º turno das eleições.

### **Desincompatibilização**

A desincompatibilização de pessoas servidoras públicas, a depender do cargo e/ou função ocupada, pode ser de 06, 04 e/ou 03 meses antes do pleito.

Confira a lista de possibilidades no sítio na internet do TSE:

<https://www.tse.jus.br/eleicoes/desincompatibilizacao/desincompatibilizacao>

### **Convenção**

Com a constituição de Federação Brasil da Esperança a lista de candidaturas será aprovada em convenção unificada municipal realizada por todos os partidos que a integrem, entre 20 de julho e 05 de agosto de 2024, podendo se dar por meio presencial, virtual ou híbrido.



A **ata**, que registrar as deliberações da convenção conjunta da Federação, deve ser digitada no módulo externo do **CANDEX** (versão 2024 a ser disponibilizada pelo TSE) no **dia seguinte à sua realização**, para ser publicada e integrar os autos do registro de candidatura.

O **arquivo da ata gerada** pelo CANDEX poderá ser **transmitido à Justiça Eleitoral via internet**. Não sendo possível a remessa pela internet, a ata poderá ser gravada em mídia e entregue por meio físico no Cartório Eleitoral.

Independentemente da modalidade da convenção, o livro-ata físico 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.

A Justiça Eleitoral não receberá, em qualquer hipótese, ata em nome isolado de partido que integre federação.

Na convenção realizada por meio virtual ou híbrido, a presença de quem participa remotamente poderá ser registrada na lista respectiva, alternativamente, por:

1) assinatura eletrônica; 2) registro de áudio e vídeo, que permita identificar os convencionais; 3) qualquer outro mecanismo ou aplicação, que permita de forma inequívoca a efetiva identificação das pessoas presentes e sua anuência com o conteúdo da ata; e 4) coleta presencial de assinaturas, por representante designado.

**A plataforma** eletrônica para realização da convenção em formato virtual pode ser qualquer uma que a Federação escolher, apenas se recomendando que disponibilize mecanismo de gravação em áudio e vídeo, capaz de comprovar a anuência/ autenticidade das deliberações.

**A ata da convenção conjunta da Federação**, independente do formato escolhido, conterà os seguintes dados: (art. 7º da Resolução nº 23.609/2019-TSE)

I - local;

II - data e hora;

III - identificação e qualificação de quem presidiu;

IV - deliberação para quais cargos concorrerá;

V - no caso de coligação majoritária, o nome, se já definido, e os Partidos/Federação que a compõem;

VI - da representação da coligação, se já indicada;

VII - da representação da Federação;

VIII - relação das candidaturas escolhidas com a indicação do cargo, o número atribuído, o nome completo, o nome para urna, a inscrição eleitoral, o CPF e o gênero.

**É essencial que a realização da convenção, independente do formato, observe o seguinte:**

a) seja antecedida pela convocação formal e expressa dos seus integrantes, ainda que por meio eletrônico;

b) que a pauta das deliberações seja lida no início da reunião, com chamada clara e expressa de todos os integrantes, os mesmos que também serão cientificados de todos os atos obrigatórios que ali serão praticados, especialmente apreciação da lista de candidaturas;

c) ao final da convenção, antes do encerramento, deverá ser lida a ata, com colheita expressa do voto de aprovação de cada integrante acerca de seu conteúdo

O número de **candidaturas proporcionais limita-se a 100% + 1 das vagas**. Não são admitidas coligações proporcionais.

Do total de candidaturas registradas, pelo menos **30% devem ser destinadas para o gênero minoritário**.

Na eleição proporcional cada partido integrante da Federação deverá apresentar lista com ao menos uma candidatura feminina e uma masculina para cumprimento da obrigação legal do percentual mínimo de candidatura por gênero.

No cálculo de vagas, qualquer fração resultante será igualada a 1 (um).

O **registro de candidaturas** deve ser encaminhado **até às 19 horas do dia 15/08**. Mas, se a remessa for via internet deverá ocorrer até as **8 horas**. Por segurança, sugere-se a remessa pela internet até o dia 14/08.

A Convenção Conjunta da Federação apenas homologa as decisões internas do Partidos federados sobre a escolha dos candidatos proporcionais. Assim, não retira o dever de cumprir os requisitos internos para a escolha das candidaturas, especialmente o Encontro Municipal previsto no art. 74 e art. 76, a, do Estatuto do PT.





## **MODELO DE EDITAL DE CONVOCAÇÃO DA CONVENÇÃO CONJUNTA DA FEDERAÇÃO**

A Comissão Provisória da Federação Brasil da Esperança do Município de \_\_\_\_\_/MG, convoca seus membros com direito a voto, na forma do Estatuto, das Resoluções da Comissão Provisória Nacional, da Lei nº 9.504/97 e da Resolução nº 23.609/2019-TSE, para a Convenção Conjunta, a se realizar em \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ a partir das \_\_\_ horas, no endereço \_\_\_\_\_, cuja pauta principal é a homologação/deliberação sobre:

- a) coligação majoritária, nome respectivo e representantes;
- b) candidaturas majoritárias e proporcionais;
- c) atribuição de números e os nomes para urna;
- d) aferição dos percentuais mínimos e máximos para composição das chapas proporcionais; e) outras deliberações.

A Convenção poderá instalar-se com a presença de qualquer número de integrantes, mas as deliberações somente poderão ser tomadas, por, no mínimo, \_\_\_\_\_% dos convencionais.

O sorteio dos números das candidaturas será realizado logo após a apuração dos votos, podendo a Convenção estender-se pelo prazo necessário ao cumprimento integral da pauta.

Este edital deverá ser afixado nas sedes partidárias com antecedência mínima razoável para a ciência pública, assim como deverá ser enviado a cada convencional, preferencialmente por meio eletrônico, bem como, facultativamente à Justiça Eleitoral, para afixação e publicidade em suas dependências, com antecedência mínima de cinco dias.

Local e data

Minuta de  
ATA DA CONVENÇÃO CONJUNTA PARA ESCOLHA DAS CANDIDATURAS DA  
FEDERAÇÃO BRASIL DA ESPERANÇA – PT/PCdoB/PV ÀS ELEIÇÕES 2024.

Aos ..... dias do mês de ..... de 2024, às ..... horas, no local abaixo  
indicado (ou por meio do link: ....., plataforma eletrônica.....), o/a  
presidente da Convenção Sr/a ....., declarou instalados os  
trabalhos, para o cumprimento da seguinte pauta:

- a) a escolha das pessoas para concorrer às eleições de 06 de outubro  
de 2024, aos cargos de Prefeito/a, Vice-Prefeito/a e Vereadores/as;
- b) deliberação sobre a proposta de Coligação às eleições majoritárias,  
com o(s) Partido(s) .....
- c) sorteio dos números das pessoas candidatas;
- d) conferência do preenchimento da cota para os gêneros minoritário e  
majoritário;



e) informações sobre preenchimento do registro de candidaturas, dever de prestação de contas e documentos obrigatórios para o registro.

Iniciados os trabalhos, o/a presidente/a nomeou ....., 1º Delegado, para secretariar a convenção e esclareceu que só foi inscrita uma única chapa de pessoas para concorrer às eleições gerais de 2024.

Tendo ela preenchido todos os requisitos legais e estatutários, o/a presidente/a leu a sua composição, esclarecendo que foi apresentada proposta de coligação às eleições majoritária, com o(s) partido(s) ....., cabendo ao partido ..... a indicação do/a candidato/a a Prefeito/a, qual seja, ..... e ao partido ..... o candidato/a a Vice, qual seja, ....., e que também atendeu a todos as exigências legais. Sobre os/as proporcionais, considerando a proibição de Coligação para essa disputa, o/a presidente/a informou ter sido formada chapa com os/as candidatos/as seguintes: ....., ....., ..... o que cumpre, rigorosamente, a regra legal.

Logo após, franqueada a palavra a quem dela quisesse fazer uso, com as manifestações e esclarecimentos pertinentes, o/a presidente/a determinou que se passasse ao processo de votação direta e secreta.

Após o último votante, o/a presidente/a esclareceu que votaram convencionais em número superior ao quorum exigido e que encontrou igual número de cédulas em cada um dos escrutínios, referentes a escolha dos/as candidatos/as ao cargo de Prefeito/a, Vice-Prefeito/a e Vereadores/as.

Verificou-se, assim, que a chapa, aos cargos majoritários e proporcionais, obteve o número de votos necessários para sua homologação, bem como a que a coligação proposta para as eleições majoritárias foi aprovada pela maioria de votos dos convencionais. Em consequência, o/a presidente/a determinou fossem lançados os seguintes esclarecimentos: .....

Local da Convenção: ..... (link.....); número de convencionais presentes à Convenção: .....; votos concedidos à única chapa concorrente aos cargos de Prefeito/a e Vice .....; votos concedidos à única chapa concorrente ao(s) cargo(s) proporcionais:.....; votos em branco: zero; votos nulos: zero; Em seguida, o/a presidente/a determinou a realização do sorteio dos números dos/as candidatos/as proporcionais eleitos/as nesta Convenção.

O/A presidente/a esclareceu que de acordo com a legislação em vigor, o/a candidato/a a Prefeito/a receberá o número ....., por ser originário do Partido ..... e os/as candidatos/as a Vereadores/as receberão número de ..... a ..... Após esses esclarecimentos, o/a presidente convidou um membro da Executiva para que efetuasse o sorteio dos números dos candidatos, que foi realizado nos termos do Estatuto partidário, determinando, logo após, fossem relacionados nomes e respectivos números:

Prefeito/a e Vice-Prefeito/a (nomes completos), (nomes para urna), número: ....; CPF....., TE ....., gênero.....; Vereadores/as: (relacionar todos os nomes completos, nomes para a urna, números atribuídos a cada um/a, CPF, TE, gênero).

Nome da coligação majoritária: .....

Representante da Coligação Majoritária: .....

Delegados:.....

Representante do Partido: .....

Cota de gênero: % feminino; .....% masculino;

Autorização de todos/as os/as candidatos/as para o registro;

Declaração de todos/as os/as candidatos/as, que declaram ter ciência do dever de acompanhar o próprio registro e prestar contas à Justiça Eleitoral:.....

Nada mais havendo a tratar, foi a presente ata lida e assinada por mim,....., secretária/o e pelo presidente/a, com a aprovação de todos os convencionais com seus termos, os mesmos que também concordaram com a gravação da leitura e da aprovação da ata (no caso de convenção virtual), o que serve de prova de autenticidade junto à Justiça Eleitoral.

Os convencionais autorizaram, ainda, que fossem efetuados os lançamentos pertinentes, com transmissão da ata à Justiça Eleitoral, no máximo até o dia seguinte à presente Convenção, por meio do CANDEX ou em mídia entregue diretamente no Cartório Eleitoral, determinando, ainda, que seja lançada em livro próprio (se existente e se tratando de convenção presencial).

LISTA DE PRESENÇA  
ATA DA CONVENÇÃO CONJUNTA PARA ESCOLHA DAS CANDIDATURAS DA  
FEDERAÇÃO BRASIL DA ESPERANÇA – PT/PCdoB/PV ÀS ELEIÇÕES 2024,  
REALIZADA EM \_\_\_ DE \_\_\_\_ DE 2024:

Nome	Partido/Cargo	Assinatura



## REGISTRO DAS CANDIDATURAS

**O formulário DRAP apresentado para cada cargo, antecedendo o RRC, deve ser preenchido com os seguintes dados:**

I - cargo pleiteado;

II - nome e sigla do partido político;

III - quando se tratar de pedido de coligação majoritária ou de federação, seu nome, siglas dos partidos políticos que a compõem, nome, CPF e número do título eleitoral de sua(seu) representante e de suas delegadas e/ou seus delegados;

IV - data da convenção;

V - telefone móvel que disponha de aplicativo de mensagens instantâneas para citações, intimações, notificações e comunicações da Justiça Eleitoral;

VI - endereço eletrônico para recebimento de citações, intimações, notificações e comunicações da Justiça Eleitoral;

VII - endereço completo para recebimento de citações, intimações, notificações e comunicações da Justiça Eleitoral;

VIII - endereço do comitê central de campanha;

IX - telefone fixo;

X - lista com nome e número das candidaturas;

XI - declaração de ciência da federação ou da coligação de que lhe incumbe acessar o mural eletrônico e os meios informados para verificar o recebimento de citações, intimações, notificações e comunicações da Justiça Eleitoral, responsabilizando-se, ainda, por manter atualizadas as informações relativas àqueles meios;

XII - endereço eletrônico do sítio da federação ou da coligação, ou de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas, caso já existentes.

### **O RRC deve ser preenchido com as seguintes informações:**

I - **dados pessoais:** inscrição eleitoral, nome civil ou, se houver, nome social declarado no Cadastro Eleitoral, data de nascimento, unidade da Federação e Município de nascimento, nacionalidade, gênero, identidade de gênero, cor ou raça, etnia indígena ou pertencimento a comunidade quilombola, se pessoa com necessidade especial ou 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);



II - **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;

III - **dados da pessoa candidata:** partido político, cargo pleiteado, número da candidatura, nome para constar da urna eletrônica, informação se é candidata ou candidato à reeleição, qual cargo eletivo que ocupa e a quais eleições já concorreu;

IV - **declaração de ciência:** que deverá prestar contas à Justiça Eleitoral, ainda que haja renúncia, desistência, substituição, indeferimento, cassação ou cancelamento do registro;

V - **declaração de ciência:** de que os dados e os documentos relativos a seu registro serão divulgados no sítio do TSE e dos TREs;

VI - **autorização** à federação ou à coligação para concorrer;

VII - **declaração de ciência:** que lhe incumbe acessar o mural eletrônico e os meios informados no inciso II para verificar o recebimento de citações, intimações, notificações e comunicações da Justiça Eleitoral, responsabilizando-se, ainda, por manter atualizadas as informações relativas àqueles meios;

VIII - **endereço eletrônico** do sítio da candidata ou do candidato, ou de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas, caso já existentes.

IX - **declaração de ciência:** que as informações prestadas quanto a nome social, identidade de gênero, gênero, cor ou raça, etnia indígena, pertencimento a comunidade quilombola, deficiência, estado civil, ocupação e dados para contato serão utilizados para atualização dos seus dados no Cadastro Eleitoral.

X - **o nome para urna**, que deverá conter máximo de 30 caracteres, incluindo o espaço entre eles, podendo ser prenome, sobrenome, cognome, nome abreviado, apelido ou nome conhecido, desde que não estabeleça dúvida quanto à identidade, não atente contra o pudor e não seja ridículo ou irreverente.

Não será permitido incluir no nome o uso de expressão ou de siglas pertencentes a qualquer órgão público.

### **O RRC deve ser apresentado com os seguintes documentos:**

I - **relação atual de bens** preenchida no Sistema CANDEX, contendo a indicação do bem e seu valor declarado à Receita Federal, dispensando-se a inclusão de endereços de imóveis, placas de veículos ou qualquer outro dado pormenorizado;

II - **fotografia recente**, inclusive vice e suplentes, observado o seguinte:

- a) dimensões: 161 x 225 pixels (L x A), sem moldura;
- b) profundidade de cor: 24bpp;
- c) colorida, com cor de fundo uniforme;
- d) 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; vedada a utilização de elementos cênicos e de outros adornos, especialmente os que tenham conotação de propaganda eleitoral ou que induzam ou dificultem o reconhecimento do candidato pelo eleitorado;

III - **certidões** criminais para fins eleitorais fornecidas\*:

- a) pela Justiça Federal de 1º e 2º grau da circunscrição na qual a pessoa candidata tenha o seu domicílio eleitoral;
- b) pela Justiça Estadual de 1º e 2º grau da circunscrição na qual pessoa candidata tenha o seu domicílio eleitoral;
- c) pelos tribunais competentes, quando a pessoa candidata gozar de foro por prerrogativa de função;

**Se as certidões criminais forem positivas, o RRC deverá ser instruído com certidões respectivas de objeto e pé atualizadas de cada um dos processos indicados, bem como das certidões de execuções criminais, quando for o caso.**

**IV - prova de alfabetização** (diploma, declaração de instituições de ensino ou declaração de próprio punho, firmada em ambiente individual reservado, na presença de representante da Justiça Eleitoral);

**IV - prova de desincompatibilização**, quando for o caso;

**VI - cópia de documento oficial** de identificação;

**VII - propostas defendidas** pela pessoa candidata ao cargo de Prefeito(a);

Requisitos referentes à **filiação partidária, domicílio eleitoral, quitação eleitoral e inexistência de crimes eleitorais são aferidos com os dados já constantes da base da Justiça Eleitoral**. Por isso, vale a conferência prévia para não haver surpresa. Use as páginas eletrônicas da Justiça Eleitoral.

A Federação e a pessoa candidata devem manter em sua posse uma via impressa da **relação de bens assinada** até o término do prazo decadencial para propositura das ações eleitorais, 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.

**O requerimento de registro individual - RRI** das pessoas escolhidas e registradas na ata da convenção, mas não incluídas na solicitação da federação, se dará em até 02 dias da publicação, pela Justiça Eleitoral, do edital que informar os pedidos gerais de registro a ser preenchido diretamente no CANDEX e gravado em mídia própria;

Caso a federação não tenha apresentado o formulário DRAP, a pessoa que a representa será intimada para fazê-lo em 03 dias;

Os pedidos de registro serão atuados e distribuídos pelo Sistema Processo Judicial Eletrônico (PJe), na classe RCAND, **necessitando da assinatura de advogado ou advogada**, que obrigatoriamente o acompanhará, inclusive para cumprimento de eventuais diligências e impugnações, tramitando sempre em meio eletrônico;

Se houver **homonímia** (coincidência de nomes), depois de conferência prévia e sem solução pela ordem de preferência legal ou acordo entre candidaturas interessadas, o registro se dará com o nome e sobrenome de cada candidato ou candidata;

Cabe a qualquer candidato ou candidata, partido, coligação, federação ou Ministério Público, no prazo de 05 dias da publicação do edital constando o pedido de registro, impugná-lo em petição fundamentada, garantido aos envolvidos a ampla defesa, o contraditório e o devido processo legal;

Qualquer pessoa no gozo dos seus direitos políticos, no mesmo prazo de 05 dias da publicação do edital constando o pedido de registro, poderá dar notícia de inelegibilidade do candidato ou candidata.

**Constitui crime a arguição de inelegibilidade ou a impugnação do registro feita por interferência do poder econômico, desvio ou abuso de poder de autoridade, deduzida de forma temerária ou de manifesta má-fé.**

**A substituição de candidato ou candidata se dará até 20 dias** antes das eleições, salvo em caso de morte, quando a substituição poderá ser feita até 10 dias contados do fato;



Será indeferido o pedido de substituição quando não respeitadas as cotas de gêneros.

A federação pode requerer, até a data da eleição, o cancelamento do registro daquele ou daquela que for expulso ou expulsa, em processo no qual se garanta a ampla defesa e o contraditório, com observância das regras estatutárias.

A idade mínima de 21 anos para candidaturas à Prefeito(a) e 18 para a Câmara Municipal, que deverá ser completada até a data da posse, salvo quando fixada em dezoito anos, hipótese em que será aferida no dia 15 de agosto de 2024.

**Entre o julgamento dos pedidos de registro e o fechamento do sistema CAND, as candidatas e os candidatos deverão validar seus dados que constarão da urna eletrônica, em sistema desenvolvido pela Justiça Eleitoral e que somente poderá ser acessado com a confirmação biométrica da identidade no aplicativo e-Título.**

## PROPAGANDA ELEITORAL

A **propaganda eleitoral** é permitida a partir de **16 de agosto** de 2024, inclusive na internet.

Para cada tipo há uma observação.

### **Rádio e TV:**

De **30 de agosto** a **03 de outubro** de 2024, exclusivamente no **horário eleitoral gratuito**. Não pode haver propaganda paga nestes tipos de veículos de comunicação.

Ocorre em **dois blocos diários**, sempre às 7h e 12h no rádio e às 13h e 20h30 na TV, com alternância de dias entre as candidaturas majoritárias e as proporcionais.

### **Material impresso:**

**Dimensão**, máxima, de **0,5 m<sup>2</sup>**. Deve **conter o CNPJ ou o CPF da pessoa responsável pela confecção, bem como de quem a contratou e a tiragem**.

O descumprimento dessa regra pode levar à responsabilização pelo emprego de processo de propaganda vedada e, se for o caso, pelo abuso de poder.

Na propaganda da pessoa candidata ao cargo de prefeito(a) deve constar o nome da pessoa candidata a vice, de modo claro e legível, em tamanho não inferior a 30% do nome da pessoa titular.

**Fachada dos comitês:**

Comitê Central: autorizada inscrição de sua designação, o nome e o número da pessoa candidata, em dimensões que não excedam a **4m<sup>2</sup>**.

Demais Comitês: dados da candidatura deve observar o limite de **0,5m<sup>2</sup>**.

**CUIDADO! A justaposição de propaganda cuja dimensão exceda a 0,5m<sup>2</sup> caracteriza publicidade irregular, em razão do efeito visual único, ainda que se tenha respeitado este limite, individualmente.**

**Bens particulares:**

Autorizado **adesivo plástico** em automóveis, caminhões, bicicletas, motocicletas e janelas residenciais, desde que não exceda a **0,5m<sup>2</sup>** e **adesivos microperfurados** até a extensão total do para-brisa traseiro.

**Bandeiras:**

Permitido o uso ao longo de vias públicas, desde que móveis e que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas, inclusive daquelas que utilizem cadeiras de rodas ou pisos direcionais e de alerta para se locomoverem, e veículos.

**Comícios:**

Devem encerrar meia noite, com exceção do comício de encerramento da campanha, que poderá ser prorrogado por mais duas horas.

**Trios elétricos: só é permitido em comício.**

**Carros de som e minitrio:**

Só podem circular com propaganda eleitoral sonora quando vinculados a atos da campanha (caminhada, carreata ou passeata), até o limite de 80 decibéis.

**Carreatas:**

Se envolver **custeio de combustível** por partido político, federação, coligação ou pessoa candidata **deve comunicar à Justiça Eleitoral** com, no mínimo, 24h de antecedência, para fins de controle dos respectivos gastos eleitorais.



Mesas em áreas públicas: É permitida a colocação para distribuição de material de campanha (entre 6h e 22h), desde que não atrapalhe o trânsito de pessoas.

Até as 22h do dia que antecede o da eleição, serão permitidos distribuição de material gráfico, caminhada, carreatas ou passeatas, acompanhadas ou não por carro de som ou minitrío.

**PROIBIDO:**

- Outdoors (inclusive eletrônicos)
- Placas
- Estandartes
- Faixas
- Cavaletes
- Bonecos e assemelhados
- Inscrição à tinta e fixação de qualquer material de propaganda em bens públicos e particulares e nos de uso comum, inclusive postes de iluminação pública, sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus e outros equipamentos urbanos.

Bens de uso comum, para fins eleitorais, são aqueles a que a população em geral tem acesso, tais como cinemas, clubes, lojas, centros comerciais, templos, ginásios, estádios, ainda que de propriedade privada.

- Pagamento em troca de espaço para afixação de material de propaganda
- **Apresentação artística** em comício, ainda que de forma gratuita.
- Qualquer tipo de doação ao eleitor ou eleitora, ainda que em forma de brindes.
- Impulsionamento para propaganda negativa.
- Contratação de pessoas físicas ou jurídicas para que realizem publicações de cunho político-eleitoral em seus perfis, páginas, canais, ou assimilados, em redes sociais ou aplicações de internet assimiladas, bem como em seus sítios eletrônicos.
- Anonimato durante a campanha eleitoral, por meio da internet.
- Incluir, no horário destinado às pessoas candidatas às eleições proporcionais no rádio e na TV, propaganda das candidaturas à eleição majoritária ou vice-versa.

- Transmitir no programa de rádio ou TV, ainda que sob a forma de entrevista jornalística, imagens de realização de pesquisa ou qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral em que seja possível identificar a pessoa entrevistada ou em que haja manipulação de dados.
- Propaganda que veicule preconceitos de origem, etnia, raça, sexo, cor, idade, religiosidade, orientação sexual, identidade de gênero e quaisquer outras formas de discriminação, inclusive contra pessoa em razão de sua deficiência.
- Oferecimento, promessa ou solicitação de dinheiro, dádiva, rifa, sorteio ou vantagem de qualquer natureza.
- Propaganda que prejudique a higiene e a estética urbana.
- Propaganda que deprecie a condição de mulher ou estimule sua discriminação em razão do sexo feminino, ou em relação à sua cor, raça ou etnia.
- Propaganda que desrespeite os símbolos nacionais.

### **Fique atento com a produção de jingle**

A autora ou o autor de obra artística ou audiovisual utilizada sem autorização para a produção de jingle, ainda que sob forma de paródia, ou de outra peça de propaganda eleitoral poderá requerer a cessação da conduta, por petição dirigida à Justiça Eleitoral.

Para o deferimento do pedido, é suficiente a **ausência de autorização expressa** para uso eleitoral da obra artística ou audiovisual, sendo irrelevante a demonstração da ocorrência de dano ou a existência de culpa ou dolo

### **NA IMPRENSA ESCRITA**

Até a antevéspera das eleições, é permitida a **divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na internet** do jornal impresso, de até **10 anúncios** de propaganda eleitoral, por veículo, em datas diversas, para cada pessoa candidata, 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.

CUIDADO! Deve constar do anúncio, de forma visível, **o valor pago pela inserção**.

A propaganda, qualquer que seja sua forma ou modalidade, mencionará sempre a legenda da **Federação Brasil da Esperança (PT/PCdoB/PV)**.





## PROPAGANDA ELEITORAL NA INTERNET

A **propaganda eleitoral na internet** é permitida a partir de **16 de agosto** de 2024 (art. 28 da Res. TSE 23.610/2019):

I - em **sítio da candidata ou do candidato**, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de aplicação de internet estabelecido no país;

II - em **sítio do partido político, da federação ou da coligação**, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de aplicação de internet estabelecido no país;

III - por meio de **mensagem eletrônica** para endereços cadastrados gratuitamente pela pessoa candidata, pelo partido político, pela federação ou pela coligação desde que presente uma das hipóteses legais que autorizam o **tratamento de dados pessoais**;

IV - por meio de **blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas**, dentre as quais aplicativos de mensagens instantâneas, cujo conteúdo seja gerado ou editado por:

- a) pessoas candidatas, partidos políticos, federações ou coligações, desde que **não contratem disparos em massa** de conteúdo;
- b) pessoa natural.

É vedado para a pessoa natural:

1. a contratação de impulsionamento e de disparo em massa de conteúdo;
2. a remuneração, a monetização ou a concessão de outra vantagem econômica como retribuição à pessoa titular do canal ou perfil, paga pelas(os) beneficiárias(os) da propaganda ou por terceiros.

Só pode ser contratado pela pessoa candidata ou pelos partidos políticos, federações, coligações ou pela administradora ou administrador financeiro da respectiva campanha.

Deve conter, de forma clara e legível, o CNPJ ou CPF da pessoa responsável, além da expressão "**Propaganda Eleitoral**".

Não pode contratar impulsionamento e ferramentas digitais não disponibilizadas pelo provedor de internet, ainda que gratuitas, para alterar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral, tanto próprios quanto de terceiros.

**Impulsionamento somente para promover ou beneficiar a candidatura, o partido político ou a federação que o contrate. Não pode ser utilizado para propaganda negativa.** Não pode ocorrer nas 48h antes e 24h depois da eleição, mesmo que a contratação tenha ocorrido antes.

***Live Eleitoral:***

Pode ser realizada por pessoa candidata, com ou sem a participação de terceiros, com o objetivo de promover candidaturas e conquistar a preferência do eleitorado, mesmo sem pedido explícito de voto.

**CUIDADO!**

Se realizada por pessoa candidata em exercício de mandato, mesmo sem menção ao pleito, equivale à promoção de candidatura, se realizada a partir de 16 de agosto de 2024.

Não pode ser transmitida ou retransmitida: (art. 29-A, § 2º da Res. TSE 23.610/2019)

I - em sítio na internet, perfil ou canal de internet pertencente à pessoa jurídica, à exceção do partido político, da federação ou da coligação a que a candidatura seja vinculada;

II - por emissora de rádio e TV.



### **Mensagens eletrônicas:**

Devem oferecer identificação completa da pessoa remetente; **dispor de mecanismo que permita solicitação de descadastramento** e eliminação dos seus dados pessoais, no prazo de 48h.

O cadastro de dados pessoais de contato, detido de forma legítima por pessoa natural, poderá ser cedido gratuitamente a partido político, federação, coligação e pessoa candidata, condicionando-se o uso lícito na campanha à obtenção prévia de **consentimento expresso no primeiro contato por mensagem** ou outro meio.

É autorizado o uso de contatos a que a pessoa candidata tenha acesso pessoalmente em decorrência de seu **núcleo familiar, de suas relações sociais e de seus vínculos comunitários, como a participação em grupos religiosos, associações e movimentos**. O consentimento específico, expresso e destacado somente será exigido para a transferência a terceiros, respondendo o cedente por divulgação ou vazamento.

**Proibido:**

- Utilização, doação ou cessão de dados pessoais de clientes, por pessoa jurídica de qualquer natureza, em favor de pessoas candidatas, partidos políticos, federações ou coligações.
- Venda de cadastro de endereços eletrônicos e banco de dados pessoais, por pessoas físicas ou jurídicas, incluindo números de telefone para finalidade de disparos em massa.

Quando realizado **tratamento de dados pessoais** para fins de propaganda eleitoral é obrigatório (art. 33-B da Res. TSE 23.610/2019):

I - garantir o acesso facilitado às informações sobre o tratamento de dados, previsto no art. 9º da Lei nº 13.709/2018, em especial quanto aos dados utilizados para realizar perfilamento de usuárias e usuários com vistas ao microdirecionamento da propaganda eleitoral;

II - garantir o cumprimento dos direitos previstos nos arts. 17 a 20 da Lei nº 13.709/2018;

III - adotar as medidas necessárias para a proteção contra a discriminação ilícita e abusiva, nos termos do inciso IX do art. 6º da Lei nº 13.709/2018;



IV - usar os dados exclusivamente para as finalidades explicitadas e consentidas pela pessoa titular, respeitando os princípios da finalidade, da necessidade e da adequação;

V - implementar medidas de segurança técnica e administrativa para proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas que possam levar à destruição, perda, alteração, comunicação ou difusão dos dados, nos termos do art. 46 da Lei nº 13.709/2018;

VI - notificar, em caso de incidentes de segurança que possam acarretar riscos ou danos relevantes às(aos) titulares dos dados, a autoridade nacional e às(aos) titulares afetadas(os), nos termos do art. 48 da Lei nº 13.709/2018.

Deve-se manter o registro das operações de tratamento de dados pessoais, nele contendo, ao menos (§ 1º, art. 33-C, Res. TSE 23.610/2019):

I - o tipo do dado e a sua origem;

II - as categorias de titulares;

III - a descrição do processo e da finalidade;

IV - o fundamento legal;

- V - a duração prevista para o tratamento, nos termos da Lei nº 13.709/2018;
- VI - o período de armazenamento dos dados pessoais;
- VII - a descrição do fluxo de compartilhamento de dados pessoais, se couber;
- VIII - os instrumentos contratuais que especifiquem o papel e as responsabilidades de controladores e operadores;
- IX - as medidas de segurança utilizadas, incluindo boas práticas e políticas de governança.

Para o tratamento de dados e o registro das operações de tratamento, os partidos políticos, as federações e as coligações podem centralizar o **canal de comunicação** e a contratação de **encarregado de dados**, em porte compatível com as demandas relacionadas às candidaturas atendidas, distribuindo-se os custos, sob a forma de doação estimável, de modo proporcional entre as pessoas candidatas que se utilizem dos serviços contratados.

**Nos municípios com até 200.000 eleitores:**

- É dispensada a indicação do encarregado pelo tratamento de dados pessoais, mantida a obrigação de disponibilizar canal de comunicação.

- É facultado estabelecer política simplificada de segurança da informação, que deverá contemplar requisitos essenciais e necessários para o tratamento de dados pessoais, com o objetivo de protegê-los de acessos não autorizados e de situações acidentais ou ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito (art. 13, Resolução CD/ANPD nº 2 de 2022).

Nas eleições para o cargo Prefeito das capitais dos Estados, a Justiça Eleitoral poderá determinar a elaboração de relatório de impacto à proteção de dados nos casos em que o tratamento representa alto risco.

A Justiça Eleitoral disponibilizará modelo para o registro de operações simplificado.

### **Uso de inteligência artificial**

A utilização na propaganda eleitoral, em qualquer modalidade, de conteúdo sintético multimídia gerado por meio de inteligência artificial para criar, substituir, omitir, mesclar ou alterar a velocidade ou sobrepor imagens ou sons impõe ao responsável pela propaganda o dever de **informar, de modo explícito, destacado e acessível que o conteúdo foi fabricado ou manipulado e a tecnologia utilizada.** (art. 9º-B, Res. TSE 23.610/2019)



**A informação** deve ser feita em formato compatível com o tipo de veiculação e serem apresentadas:

I – no início das peças ou da comunicação feitas por áudio;

II – por rótulo (marca d'água) e na audiodescrição, nas peças que consistam em imagens estáticas;

III – na forma dos incisos I e II, nas peças ou comunicações feitas por vídeo ou áudio e vídeo;

IV – em cada página ou face de material impresso em que utilizado o conteúdo produzido por inteligência artificial.

**Não é obrigatório:**

I - aos ajustes destinados a melhorar a qualidade de imagem ou de som;

II - à produção de elementos gráficos de identidade visual, vinhetas e logomarcas;

III - a recursos de marketing de uso costumeiro em campanhas, como a montagem de imagens em que pessoas candidatas e apoiadoras aparentam figurar em registro fotográfico único utilizado na confecção de material impresso e digital de propaganda.

### Vedado:

- Utilização de *chatbots*, avatares e conteúdos sintéticos como artifício para intermediar a comunicação de campanha com pessoas naturais para simulação de interlocução com a pessoa candidata ou outra pessoa real.
- Uso, **para prejudicar ou para favorecer candidatura**, de conteúdo sintético em formato de áudio, vídeo ou combinação de ambos, que tenha sido gerado ou manipulado digitalmente, ainda que mediante autorização, para criar, substituir ou alterar imagem ou voz de pessoa viva, falecida ou fictícia (*deep fake*).

### Pessoas naturais:

**Não é considerada propaganda eleitoral** a manifestação espontânea na internet de pessoas naturais em matéria político-eleitoral, mesmo que sob a forma de elogio ou crítica à pessoa candidata, partido político, federação ou coligação.

É lícita a veiculação de propaganda eleitoral espontânea em canais e **perfis de pessoas naturais** que (art. 28, § 6º-A, Res. TSE 23.610/2019):

I - alcancem grande audiência na internet;

II - ou participem de atos de mobilização nas redes para ampliar o alcance orgânico da mensagem, como o compartilhamento simultâneo de material distribuído aos participantes, a convocação para eventos virtuais e presenciais e a utilização de hashtags.

**Priorização paga de conteúdos:**

É vedada em aplicações de busca na internet que: (art. 28, § 7º-B, Res. TSE 23.610/2019)

I - promova propaganda negativa;

II - utilize como palavra-chave nome, sigla, alcunha ou apelido de partido, federação, coligação, candidata ou candidato adversário, mesmo com a finalidade de promover propaganda positiva do responsável pelo impulsionamento;

III - ou difunda dados falsos, notícias fraudulentas ou fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados, ainda que benéficas à usuária ou a usuário responsável pelo impulsionamento.

### **Direito de resposta:**

É livre a manifestação do pensamento, **vedado o anonimato** durante a campanha eleitoral, por meio da internet, assegurado o direito de resposta, e por outros meios de comunicação interpessoal mediante mensagem eletrônica e mensagem instantânea.

Nos casos de **direito de resposta em propaganda eleitoral realizada na internet**, em se tratando de provedor de aplicação de internet que não exerça controle editorial prévio sobre o conteúdo publicado por suas usuárias e seus usuários, a obrigação de divulgar a resposta recairá sobre a usuária ou o usuário responsável pela divulgação do conteúdo ofensivo, na forma e pelo tempo que vierem a ser definidos na respectiva decisão judicial.

Sofrerá punição, com multa de R\$5.000,00 a R\$30.000,00, quem realizar propaganda eleitoral na internet atribuindo indevidamente sua autoria a terceira(o), inclusive pessoa candidata, partido político, federação ou coligação.

A Justiça Eleitoral poderá determinar suspensão do acesso a todo conteúdo veiculado na internet que deixar de cumprir as disposições da Lei nº 9.504/1997, devendo o número de horas de suspensão ser definido proporcionalmente à gravidade da infração cometida em cada caso, observado o limite máximo de 24h.

No período de suspensão, a empresa informará a todas as usuárias e todos os usuários que tentarem acessar o conteúdo que ele está temporariamente indisponível por desobediência à legislação eleitoral.

A utilização na propaganda eleitoral, em qualquer modalidade, de conteúdo sintético multimídia gerado por meio de inteligência artificial para criar, substituir, omitir, mesclar ou alterar a velocidade ou sobrepor imagens ou sons impõe ao responsável pela propaganda o dever de informar, de modo explícito, destacado e acessível que o conteúdo foi fabricado ou manipulado e a tecnologia utilizada.

**PROIBIDO:**

- Veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, excetuado o impulsionamento de conteúdo.



- Contratação de pessoas físicas ou jurídicas para realizarem publicações de cunho político eleitoral em seus perfis, páginas, canais, ou assimilados, em redes sociais ou aplicações de internet assimiladas, bem como em seus sítios eletrônicos.
- Propaganda via *telemarketing* em qualquer horário e o disparo em massa de mensagens instantâneas sem consentimento da pessoa destinatária.
- Veicular fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados sobre o sistema eletrônico de votação, o processo eleitoral ou a Justiça Eleitoral, as juízas e os juízes.
- Veicular propaganda em sítio na internet de:
  - I - de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos;
  - II - oficiais ou hospedados por órgãos ou por entidades da administração pública direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios

**Conceitos importantes:** (art. 37, Res TSE 23.610/2019)

I - **internet:** o sistema constituído do conjunto de protocolos lógicos, estruturado em escala mundial para uso público e irrestrito, com a finalidade de possibilitar a comunicação de dados entre terminais por meio de diferentes redes;

II - **terminal:** o computador ou qualquer dispositivo que se conecte à internet;

III - **endereço de protocolo de internet** (endereço IP): o código numérico ou alfanumérico atribuído a um terminal de uma rede para permitir sua identificação, definido segundo parâmetros internacionais;

IV - **administradora ou administrador de sistema autônomo:** a pessoa física ou jurídica que administra blocos de endereço IP específicos e o respectivo sistema autônomo de roteamento, devidamente cadastrada no ente nacional responsável pelo registro e pela distribuição de endereços IP geograficamente referentes ao país;

V - **conexão à internet:** a habilitação de um terminal para envio e recebimento de pacotes de dados pela internet, mediante a atribuição ou autenticação de um endereço IP;

VI - **registro de conexão:** o conjunto de informações referentes à data e hora de início e término de uma conexão à internet, sua duração e o endereço IP utilizado pelo terminal para o envio e recebimento de pacotes de dados;

VII - **aplicações de internet:** o conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet;

VIII - **registros de acesso a aplicações de internet:** o conjunto de informações referentes à data e hora de uso de uma determinada aplicação de internet a partir de um determinado endereço IP;

IX - **conteúdo de internet:** páginas, textos, arquivos, fotos, vídeos, ou qualquer outro elemento digital que possa ser armazenado na internet e que esteja acessível por meio de uma URI (Uniform Resource Indicator), URL (Uniform Resource Locator) ou URN (Uniform Resource Name);

X - **sítio** hospedado diretamente em provedor de internet estabelecido no país: aquele cujo endereço (URL Uniform Resource Locator) é registrado no organismo regulador da internet no Brasil e cujo conteúdo é mantido pelo provedor de hospedagem em servidor instalado em solo brasileiro;



XI - **sítio** hospedado indiretamente em provedor de internet estabelecido no país: aquele cujo endereço é registrado em organismos internacionais e cujo conteúdo é mantido por provedor de hospedagem em equipamento servidor instalado em solo brasileiro;

XII - **sítio**: o endereço eletrônico na internet subdividido em uma ou mais páginas que possam ser acessadas com base na mesma raiz;

XIII - **blog**: o endereço eletrônico na internet, mantido ou não por provedor de hospedagem, composto por uma única página em caráter pessoal;

XIV - **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 usuárias e usuários que, normalmente, não teriam acesso ao seu conteúdo, incluída entre as formas de impulsioneamento a priorização paga de conteúdos resultantes de aplicações de busca na internet, nos termos do art. 26, § 2º, da Lei nº 9.504/1997;

XV - **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;

XVI - **aplicativo de mensagens instantâneas ou chamada de voz:** o aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz para smartphones;

XVII - **provedor de conexão à internet:** a pessoa jurídica fornecedora de serviços que consistem em possibilitar o acesso de seus consumidores à internet;

XVIII - **provedor de aplicação de internet:** a empresa, organização ou pessoa natural que, de forma profissional ou amadora, forneça um conjunto de funcionalidades que podem ser acessadas por meio de um terminal conectado à internet, não importando se os objetivos são econômicos;

XIX - **endereço eletrônico:** conjunto de letras, números e/ou símbolos utilizados com o propósito de receber, enviar ou armazenar comunicações ou conteúdos por meio eletrônico, incluindo, mas não se limitando a endereço de e-mail, número de protocolo de internet, perfis em redes sociais, números de telefone;

XX - **cadastro de endereços eletrônicos:** relação com um ou mais dos endereços referidos no inciso XIX deste artigo;

XXI - **disparo em massa**: estratégia coordenada de envio, compartilhamento ou encaminhamento de um mesmo conteúdo, ou de suas variações, para grande número de destinatárias e destinatários, por qualquer meio de comunicação interpessoal;

XXII - **dado pessoal**: informação relacionada a pessoa natural identificada ou identificável;

XXIII - **dado pessoal sensível**: dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político, dado referente à saúde ou à vida sexual, dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural;

XXIV - **titular**: pessoa natural a quem se referem os dados pessoais que são objeto de tratamento;

XXV - **controlador**: pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, a quem competem as decisões referentes ao tratamento de dados pessoais;

XXVI - **tratamento**: toda operação realizada com dados pessoais, como as que se referem à coleta, à produção, à recepção, à classificação, à utilização, ao acesso, à reprodução, à transmissão, à distribuição, ao processamento, ao arquivamento, ao armazenamento, à eliminação, à avaliação ou ao controle da informação, à modificação, à comunicação, à transferência, à difusão ou à extração;

XXVII - **consentimento**: manifestação livre, informada e inequívoca pela qual a pessoa que é titular concorda com o tratamento de seus dados pessoais para uma finalidade determinada;

XXVIII - **eliminação de dados pessoais**: exclusão de dado ou de conjunto de dados armazenados em banco de dados, independentemente do procedimento empregado;

XXIX - **descadastramento**: impedimento de utilização de dados pessoais para fins de envio de comunicações, a pedido da pessoa que é titular;

XXX - **operador**: pessoa natural ou jurídica, de direito público ou privado, que realiza o tratamento de dados pessoais em nome do controlador;

XXXI - **encarregado**: pessoa indicada pelo controlador para intermediar a comunicação com a Autoridade Nacional de Proteção de Dados, orientar o pessoal de campanha sobre as práticas a serem adotadas em relação à proteção de dados pessoais e prestar esclarecimentos e tomar providências sobre as reclamações e comunicações formuladas pelos titulares;

XXXII - **perfilamento**: tratamento de múltiplos tipos de dados de pessoa natural, identificada ou identificável, em geral realizado de modo automatizado, com o objetivo de formar perfis baseados em padrões de comportamento, gostos, hábitos e preferências e de classificar esses perfis em grupos e setores, utilizando-os para análises ou previsões de movimentos e tendências de interesse político-eleitoral;

XXXIII - **microdirecionamento**: estratégia de segmentação da propaganda eleitoral ou da comunicação de campanha que consiste em selecionar pessoas, grupos ou setores, classificados por meio de perfilamento, como público-alvo ou audiência de mensagens, ações e conteúdos político-eleitorais desenvolvidos com base nos interesses perfilados, visando ampliar a influência sobre seu comportamento;

XXXIV - **inteligência artificial (IA)**: sistema computacional desenvolvido com base em lógica, em representação do conhecimento ou em aprendizagem de máquina, obtendo arquitetura que o habilita a utilizar dados de entrada provenientes de máquinas ou seres humanos para, com maior ou menor grau de autonomia, produzir conteúdos sintéticos, previsões, recomendações ou decisões que atendam a um conjunto de objetivos previamente definidos e sejam aptos a influenciar ambientes virtuais ou reais;

XXXV - **conteúdo sintético**: imagem, vídeo, áudio, texto ou objeto virtual gerado ou significativamente modificado por tecnologia digital, incluída a inteligência artificial.

## ARRECADAÇÃO E APLICAÇÃO DE RECURSOS

### MOVIMENTAÇÃO DE RECURSOS DA CAMPANHA ELEITORAL

Resolução nº 23.607/2019-TSE

#### Início da arrecadação e gastos

A **arrecadação de recursos** e os **gastos eleitorais** somente podem ocorrer: (art. 3º da Res. TSE nº 23.607/2019)

- Para as pessoas candidatas: **após o requerimento do registro; emissão do CNPJ; abertura de conta bancária e emissão de recibos eleitorais.**
- Para os partidos: após a anotação e registro da instância no SGIP, inscrição no CNPJ, abertura das contas bancárias específicas para registro da movimentação financeira da campanha (podendo ser utilizada aquela, se já aberta, denominada DOAÇÕES DE CAMPANHA), emissão de recibos de doação, por meio do Sistema de Prestação de Contas Partidárias Anuais – SPCA.

#### Limite de gastos

O Tribunal Superior Eleitoral publicará portaria até 20 de julho de 2024 indicando dos **limites de gastos de campanha.**

O cargo de prefeito(a) o limite é único e inclui os gastos realizados pela candidatura titular e pela candidatura à vice.

Os gastos advocatícios e de contabilidade referentes a consultoria, assessoria e honorários, relacionados à prestação de serviços em campanhas eleitorais e em favor destas, bem como em processo judicial decorrente de defesa de interesses da pessoa candidata ou partido político, não estão sujeitos a limites de gastos.

No limite não serão incluídas as despesas efetuadas pelos partidos, desde que não possam ser individualizadas.

### **CUIDADO!**

Gastar acima do limite gera multa equivalente a 100% da quantia que excedida.

### **Recibos Eleitorais**

Devem ser emitidos para toda e qualquer arrecadação de recursos, incluindo as estimáveis em dinheiro, inclusive próprios e por meio da internet.





### Contas bancárias

A **conta bancária** destinada à arrecadação de recursos doados por pessoas físicas, denominada “**doações para campanha**”, deve ser aberta, no prazo de **10 dias contados da emissão do CNPJ**, em agências bancárias, postos de atendimento bancário ou por meios eletrônicos, sendo permitida, a critério da instituição financeira, abertura da conta também por meios eletrônicos.

Para além da conta denominada “doações para campanha”, a pessoa candidata deve abrir uma **conta específica** para os recursos do **Fundo Partidário** e outra para os recursos do **FEFC**, se for receber valores destas naturezas.

Os diretórios municipais que não abriram a conta bancária “**doações para campanha**” até o dia 15 de agosto de 2022, poderão fazê-lo até **15 de agosto** de 2024.

A pessoa candidata ao cargo de vice-prefeito(a) não é obrigada a abrir a conta bancária, mas, se abrir o extrato bancário deve integrar a prestação de contas da pessoa titular.

### **CUIDADO!**

Mesmo que não haja arrecadação de recursos de pessoas físicas, é obrigatório para as pessoas candidatas e os diretórios municipais a abertura da conta “doações para campanha”.

Para o Diretório Municipal, se houver repasse de **recursos do Fundo Partidário - FP, do Fundo Partidário Mulher – FPM e do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC), devem tramitar, exclusivamente**, em contas bancárias específicas para tais verbas. Nestes casos, pode ser que o partido tenha que abrir até 5 contas bancárias:

- 1) Fundo Partidário;
- 2) Fundo Partidário – Mulher;
- 3) Fundo Especial de Financiamento de Campanha;
- 4) Doações para campanha; e
- 5) Outros recursos.

O Diretório Estadual repassará orientações.

Os recursos do FP, FPM e FEFC só podem ser aplicados nos termos da Resolução previamente editada pela Direção Nacional, inclusive em relação às cotas de gênero e raça.



CUIDADO!

**Não pode ocorrer transferência de recursos entre contas cujas fontes possuam naturezas distintas.**

As **contas bancárias** utilizadas para o registro da movimentação financeira de campanha eleitoral **não estão submetidas** ao sigilo. Seus extratos ficam disponíveis para acesso público na prestação de contas.

### **Candidaturas femininas e negras**

É autorizado o **pagamento de despesas comuns com candidatos** do gênero masculino e de pessoas não negras, bem como, 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.**

### **Doações**

A **cada doação**, a pessoa candidata ou partido tem limite máximo de **72h para lançar tais informações no sistema eletrônico de prestação de contas eleitorais – SPCE.**



Doações podem ser recebidas, por: (art. 21, Res. TSE 23.607/2019)

- I - **transferência bancária** com identificação do CPF da doadora ou do doador;
- II - **doação ou cessão temporária de bens e/ou serviços estimáveis em dinheiro**, desde que seja produto do próprio serviço da doadora ou doador, de suas atividades econômicas e, no caso dos bens, integrar o patrimônio;
- III - **financiamento coletivo** por meio de sítios da internet;
- IV - **Pix**.

As **doações financeiras** igual ou superior a R\$1.064,10 **só podem ocorrer por transferência eletrônica ou cheque cruzado e nominal**.

Os bens próprios da pessoa candidata somente podem ser utilizados na campanha eleitoral quando demonstrado que **já integravam seu patrimônio** em período anterior ao pedido de registro da respectiva candidatura.

As **pessoas físicas** podem doar até **10% dos rendimentos** brutos auferidos no ano-calendário anterior à eleição.

A **pessoa candidata** pode utilizar recursos próprios até **10% do limite de gasto** fixado para o cargo em disputa



A arrecadação de recursos e a realização de despesas podem ocorrer até 06 de outubro de 2024. Após esta data, é permitida a arrecadação, exclusivamente, para a quitação de despesas já contraídas e não pagas até o dia da eleição.

### **CUIDADO!**

É proibido receber doação de pessoas jurídicas, de origem estrangeira e de pessoa física permissionária de serviços públicos.

### **Recursos**

Os recursos destinados às campanhas eleitorais, podem ser provenientes de: (art. 15, Res. TSE 23.607/2019)

- I - recursos próprios das pessoas candidatas;
- II - doações financeiras ou estimáveis em dinheiro de pessoas físicas;
- III - doações de outros partidos políticos e de outras pessoas candidatas;
- IV - comercialização de bens, serviços ou promoção de eventos de arrecadação realizados diretamente pela pessoa candidata ou pelo partido;
- V - recursos próprios dos partidos, com origem identificada e provenientes:
  - a) do Fundo Partidário;

- b) do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC);
  - c) de doações de pessoas físicas;
  - d) de contribuição das suas filiadas ou dos seus filiados;
  - e) da comercialização de bens, serviços ou promoção de eventos de arrecadação;
  - f) de rendimentos decorrentes da locação de bens próprios dos partidos políticos;
- VI - rendimentos gerados pela aplicação de suas disponibilidades.

**A partir de 15 de maio** de 2024, é facultada às pessoas pré-candidatas a arrecadação prévia por meio de **“vaquinha virtual”**, por meio de cartão de crédito e débito ou boleto bancário, mas a liberação de recursos por parte das entidades arrecadoras fica condicionada à abertura da conta bancária.

**O partido não pode transferir para pessoa candidata** ou utilizar recursos que tenham sido doados por pessoas jurídicas, ainda que em exercícios anteriores.



### **Gastos**

Os recursos arrecadas pela campanha podem ser aplicados em: (art. 35, Res. TSE 23.607/2019)

I - confecção de **material impresso**;

II - **propaganda e publicidade** direta ou indireta, por qualquer meio de divulgação;

III - **aluguel de locais** para a promoção de atos de campanha eleitoral;

IV - despesas com **transporte ou deslocamento** da pessoa candidata ou de pessoal a serviço das candidaturas;

V - correspondências e **despesas postais**;

VI - despesas de **instalação, organização e funcionamento de comitês** de campanha e serviços necessários às eleições;

VII - **remuneração** ou gratificação de qualquer espécie paga a quem preste serviço para a campanha e ou para os partidos políticos;



VIII - montagem e operação de **carros de som**, de propaganda e de assemelhados;

IX - realização de **comícios ou eventos** destinados à promoção de candidatura;

X - produção de **programas de rádio, televisão ou vídeo**, inclusive os destinados à propaganda gratuita;

XI - realização de **pesquisas ou testes pré-eleitorais**;

XII - custos com a criação e a inclusão de **páginas na internet** e com o impulsionamento de conteúdos contratados diretamente de provedor da aplicação de internet com sede e foro no país;

XIII - **multas** aplicadas, até as eleições, às candidatas ou aos candidatos e partidos políticos por infração do disposto na legislação eleitoral;

XIV - **doações** para outros partidos políticos ou outras pessoas candidatas;

XV - **produção de jingles, vinhetas e slogans** para propaganda eleitoral.



**CUIDADO!**

Não pode ser utilizado o FP e o FEFC para pagamento de encargos decorrentes de inadimplência de pagamentos, tais como multa de mora, atualização monetária ou juros, ou para pagamento de multas relativas a atos infracionais, ilícitos penais, administrativos ou eleitorais.

**Limites em relação ao total gastos:**

- alimentação do pessoal que presta serviços à campanha: 10%.
- aluguel de veículos automotores: 20%.

**Não podem ser pagas com recursos da campanha:**

- combustível e manutenção de veículo automotor usado pela pessoa candidata na campanha;
- remuneração, alimentação e hospedagem da pessoa condutora do veículo utilizado pela pessoa candidata na campanha;;
- alimentação e hospedagem da pessoa candidata na campanha;
- linhas telefônicas registradas em seu nome como pessoa física, até o limite de três linhas.

**Combustíveis:**

As despesas com combustíveis devem ser comprovadas por documento fiscal com identificação do CNPJ da campanha, autorizado o abastecimento de:

I - veículos em eventos de carreata, até o limite de 10 litros por veículo, desde que feita, na prestação de contas, a indicação da quantidade de carros e de combustíveis utilizados por evento;

II - veículos a serviço da campanha, decorrentes da locação ou cessão temporária, desde que:

- a) os veículos sejam declarados originariamente na prestação de contas; e
- b) seja apresentado relatório do qual conste o volume e o valor dos combustíveis adquiridos semanalmente para este fim; e

III - geradores de energia, decorrentes da locação ou cessão temporária devidamente comprovada na prestação de contas, com a apresentação de relatório final do qual conste o volume e valor dos combustíveis adquiridos na campanha para este fim.

### **Pessoal**

As despesas devem ser detalhadas com a identificação integral das pessoas prestadoras de serviço, dos locais de trabalho, das horas trabalhadas, da especificação das atividades executadas e da justificativa do preço contratado. Observados os limites:

#### **Para o cargo de prefeito(a):**

I - em municípios com até 30 mil pessoas eleitoras, não excederá a 1% do eleitorado;

II - nos demais municípios e no Distrito Federal, corresponderá ao número máximo apurado no inciso I, acrescido de uma contratação para cada mil pessoas eleitoras que excederem o número de 30 mil.

#### **Para o cargo de vereador(a):**

50% dos limites previstos para prefeito(a), até o máximo de 80% do limite estabelecido para deputadas(os) estaduais no art. 41, § 1º, IV, da Res. TSE 23.607/2019.

Não estão incluídos nos limites fixados, a militância não remunerada, pessoal contratado para apoio administrativo e operacional, fiscais e delegadas ou delegados e advogadas ou advogados.

CUIDADO!

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.**

### **Preparação da campanha**

Os gastos destinados à preparação da campanha e à instalação física ou de página de internet de comitês de campanha da pessoa candidata e de partidos políticos poderão ser contratados a partir da data efetiva da realização da convenção conjunta da Federação, desde que, cumulativamente:

I - sejam devidamente formalizados; e

II - o desembolso financeiro ocorra apenas após a obtenção do CNPJ, a abertura de conta bancária específica para a movimentação financeira de campanha e a emissão de recibos eleitorais.



## **Pagamentos das despesas**

Só podem ser efetuados, por:

I - cheque nominal cruzado;

II - transferência bancária que identifique o CPF ou CNPJ da beneficiária ou do beneficiário;

III - débito em conta;

IV - cartão de débito da conta bancária; ou

V - Pix.

Vedado o pagamento com moedas virtuais e cartões pré-pagos geridos por empresa intermediadora.

## **Prestação de contas**

**Parciais:** entre os dias 9 a 13 de setembro de 2024, dela constando o registro da movimentação financeira e/ou estimável em dinheiro desde o início da campanha até o dia 8 de setembro de 2024.

**Final:** Até 05 de novembro de 2024 relativa ao primeiro turno, e até 16 de novembro relativa ao segundo turno, se houver.



**05 de novembro** também é a data limite para que as pessoas candidatas e os partidos que disputarem o segundo turno da eleição informarem à Justiça Eleitoral, via SPCE, as doações e os gastos que tenham realizado no primeiro turno.

**16 de novembro** é o último dia para as candidatas e os candidatos que concorreram no segundo turno das eleições e os partidos políticos encaminharem à Justiça Eleitoral, pelo Sistema de Prestação de Contas Eleitorais (SPCE), as prestações de contas referentes aos dois turnos, incluindo todos os órgãos partidários que efetuaram doações ou gastos com candidaturas do segundo turno, ainda que não concorrentes

A Justiça Eleitoral adotará sistema simplificado de prestação de contas para pessoas candidatas que apresentarem movimentação financeira correspondente, no máximo, de R\$20.000,00 ou realizadas em municípios com menos de 50 mil eleitores.

**É obrigatório que a prestação de contas seja assinada por um contador ou uma contadora e um advogado ou advogada.**

**IMPORTANTE: As intimações sobre eventuais diligências na prestação de contas são enviadas, exclusivamente, pelo sistema eletrônico da Justiça Eleitoral (PJe) ao advogado ou advogada com procuração no processo.**

Certifique-se de que se compromete a acompanhar a prestação de contas perante a Justiça Eleitoral mesmo após o encerramento da campanha. Diligências não respondidas podem gerar condenação em devolver valores ao Tesouro Nacional com recursos próprios.

A prestação de contas da federação corresponderá àquela apresentada à Justiça Eleitoral pelos partidos que a integram e em todos os níveis de direção partidária.

# ELEITORAL **comunicação** & MARKETING





## A TECNOLOGIA A FAVOR DO VOTO

**Pedro Abder Nunes Raim Ramos:** *Analista de Marketing Político especializado em gestão de tecnologia. Na eleição de 2022, atuou nas campanhas para Deputada Federal de Gleide Andrade (MG) e Jack Rocha (ES). Professor, Historiador, Advogado, Mestre em Ciências Humanas pela Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), Coordenador do Setorial de Ciência e Tecnologia do PT-MG.*

### 1. AS ELEIÇÕES DE 2018: O PONTO DE VIRADA.

A eleição presidencial de 2018 marcou um ponto de virada no uso da tecnologia na política brasileira.

A entrada desse novo ator no cenário político não apenas rompeu com o monopólio da comunicação política pelos meios tradicionais, mas também redefiniu completamente a dinâmica eleitoral. Dos materiais gráficos à propaganda televisiva e radiofônica, tudo passou a ser secundário diante da capacidade de estabelecer uma comunicação direta com o eleitor por meio do smartphone.



No entanto, infelizmente, essa disrupção tecnológica foi explorada de forma negativa, alimentando uma política baseada em desinformação e polarização, tornando o debate político racional cada vez mais difícil.

É imperativo que aprendamos com as lições das eleições passadas para avançar e conquistar um espaço significativo no debate político nas novas plataformas digitais. A tecnologia deve ser encarada como uma aliada essencial na promoção da participação dos eleitores na tomada de decisões políticas.

Ao utilizar as tecnologias de forma adequada em suas campanhas, os políticos têm a oportunidade de reduzir as disparidades financeiras em relação aos concorrentes, maximizando recursos e engajando colaboradores de forma mais eficaz.

## **2. A TECNOLOGIA É O MEIO, NÃO O FIM.**

Com o uso correto dos meios tecnológicos, é possível estabelecer um relacionamento sistemático com o eleitor, gerando valor e fidelização antes mesmo do início da campanha. No entanto, é crucial reconhecer os limites da tecnologia dentro de uma campanha política.



Através das inovações, podemos estabelecer um elo entre o planejamento político e as estratégias de comunicação, elementos fundamentais para uma campanha bem-sucedida, especialmente quando os recursos financeiros são limitados. Com o uso das ferramentas corretas para cada estratégia, torna-se possível conectar, relacionar e mobilizar o eleitor até o momento do voto.

Entretanto, antes de pensar em quais soluções aplicar, é essencial definir claramente os objetivos da campanha, identificar o nicho do eleitorado e construir um conteúdo capaz de estabelecer vínculos com os potenciais eleitores. Em outras palavras, a chave do sucesso não está na busca por soluções milagrosas, mas sim no planejamento cuidadoso e na qualidade do conteúdo oferecido.

### **3. TUDO DENTRO DA LEI**

Nos últimos anos, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) tem se dedicado ao aprimoramento da legislação relacionada ao uso de tecnologias nas campanhas eleitorais. Em sua mais recente resolução, a Resolução 23.732 de 27/02/2024, o Tribunal introduziu importantes alterações na Resolução nº 23.610/2019, trazendo novidades significativas.



Entre as mudanças, destacam-se: a regulamentação do uso de Inteligência Artificial (IA) na propaganda eleitoral, com a proibição de deepfakes e a obrigatoriedade de identificar o conteúdo produzido por IA; a restrição do emprego de chatbots (robôs) para intermediar o contato com o eleitor; e a responsabilização das empresas (Big Techs) pela remoção imediata de conteúdos prejudiciais, como desinformação e discurso de ódio.

Essas medidas se somam à regulamentação já existente, que aborda questões como o tratamento de banco de dados, o uso de softwares para envio de mensagens via WhatsApp e a proibição de disparos em massa. Essa legislação é crucial para proteger nosso sistema eleitoral e fortalecer nossa democracia.

Diante de uma regulamentação cada vez mais rigorosa, torna-se essencial um planejamento estratégico robusto, capaz de identificar e gerenciar ferramentas eficazes e legais para potencializar a campanha e alcançar resultados significativos. Além disso, é fundamental investir na formação de profissionais capacitados para utilizar essas ferramentas de forma ética e eficiente.

Essas iniciativas refletem o compromisso do TSE em garantir a integridade do processo eleitoral e promover um ambiente político saudável e transparente.



#### **4. FERRAMENTAS QUE TE CONECTAM DIRETAMENTE COM O ELEITOR.**

Nas campanhas políticas, a utilização estratégica de tecnologias desempenha um papel crucial na construção de conexões e relacionamentos com os eleitores. Dentre essas ferramentas, destacam-se a gestão de tráfego e o WhatsApp.

Estes recursos não apenas viabilizam uma abordagem racional e eficiente, mas também garantem resultados tangíveis ao alcançar o público-alvo de forma precisa. Com uma combinação de recursos limitados e conteúdo eficaz, é possível formar uma comunidade engajada e mobilizada em torno de uma candidatura.

##### **4.1 - IMPULSIONE CONTEÚDOS COM MODERAÇÃO.**

A gestão de tráfego, em particular, permite direcionar o conteúdo para nichos específicos, ampliando o alcance da mensagem e atraindo potenciais eleitores a um custo acessível. Essa abordagem estratégica facilita a mobilização de públicos em prol dos canais do candidato, criando comunidades interessadas e engajadas em seu conteúdo.



Especialmente quando esse conteúdo agrega valor à vida dos eleitores, tornando-se relevante para suas necessidades e preocupações.

No entanto, é crucial estar atento às regulamentações vigentes, como o artigo 3º-B da Resolução 23.732/2024, que versa sobre o impulsionamento. O cumprimento dessas normativas é essencial para garantir uma campanha ética e transparente, preservando a integridade do processo democrático.

#### **4.2 O WHATSAPP É O PRINCIPAL CANAL DE RELACIONAMENTO COM O ELEITOR.**

Sem dúvida, o WhatsApp se estabeleceu como o principal aliado na construção de relacionamentos com os eleitores. Quase todos os eleitores possuem uma conta no WhatsApp, utilizando-a como um canal primário para buscar informações, soluções e interações sociais e familiares.

Ao desenvolver estratégias específicas, o WhatsApp se torna uma ferramenta poderosa na disseminação de conteúdo e no estabelecimento de conexões autênticas com os eleitores. No entanto, é crucial ressaltar que não se trata de realizar disparos em massa (spam) ou recorrer a softwares para envios automáticos de mensagens, práticas não apenas ilegais, mas também politicamente ineficazes.



**Art. 3º-B. O impulsionamento pago de conteúdo político-eleitoral relacionado aos atos previstos no caput e nos incisos do art. 3º desta Resolução somente é permitido durante a pré-campanha quando cumpridos cumulativamente os seguintes requisitos: I - o serviço seja contratado por partido político ou pela pessoa natural que pretenda se candidatar diretamente com o provedor de aplicação; II - não haja pedido explícito de voto; III - os gastos sejam moderados, proporcionais e transparentes; IV - sejam observadas as regras aplicáveis ao impulsionamento durante a campanha.” (NR)**

Enquanto o envio de mensagens é uma parte indispensável da estratégia, é fundamental pensar além disso, concentrando-se na construção de relacionamentos sustentáveis com uma base de dados previamente estabelecida e em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados.

Portanto, o sucesso no uso do WhatsApp como ferramenta de campanha reside na abordagem ética, na criação de conteúdo relevante e no estabelecimento de interações significativas com os eleitores, promovendo um diálogo genuíno e construtivo ao longo do processo eleitoral.”

Este texto enfatiza a importância do WhatsApp, ao mesmo tempo em que destaca a necessidade de uma abordagem responsável e centrada no eleitor.



### **4.3 O POTENCIAL DO BANCO DE DADOS.**

A verdade é que todos possuem um banco de dados à disposição, muitas vezes representado pela simples agenda de contatos. Esta é uma excelente base para iniciar uma campanha no WhatsApp, estabelecendo vínculos com esse grupo, quer seja como candidato ou colaborador. É essencial buscar autorização e qualificação para o uso desses contatos durante a campanha.

Além dos números de celular, cada encontro durante a pré-campanha oferece uma oportunidade valiosa para expandir esse banco de dados a ser explorado durante a campanha oficial. Nesse contexto, a pré-campanha deve ser encarada como uma fase crucial para alcançar o maior número possível de pessoas e classificar esse banco de dados em perfis de engajamento específicos para a campanha.

Costumamos categorizar esses perfis em três grupos distintos: (i) embaixadores; (ii) interessados; e (iii) curiosos. Cada uma dessas categorias demanda abordagens e conteúdos específicos, alinhados com os objetivos da campanha.



É importante ressaltar que, em conformidade com a legislação, a pré-campanha representa uma oportunidade para capacitar equipes e realizar um planejamento efetivo. Isso inclui a seleção criteriosa de serviços que sejam eficientes, legais e capazes de gerar resultados tangíveis para a campanha.

#### **4.4 PRECISANDO DE AJUDA PARA PENSAR EM CONTEÚDOS? CONVERSE COM O CHATGPT.**

Ferramentas de inteligência artificial assistida têm ganhado destaque nos últimos meses, com um dos exemplos mais notáveis sendo o desenvolvido pela OpenAI, conhecido como ChatGPT.

Essa ferramenta, embora tenha uma versão paga mais poderosa, oferece uma versão gratuita que, se bem utilizada, pode desempenhar o papel de um excelente assistente. O ChatGPT pode auxiliar na construção de conteúdo, textos e no planejamento das redes sociais, entre outras tarefas.

Com a capacidade de gerar textos coerentes e relevantes em resposta a uma ampla variedade de entradas, o ChatGPT pode ser uma ferramenta valiosa para agilizar o processo de criação de conteúdo.



Além disso, sua capacidade de compreender e responder a perguntas de forma natural pode ser útil na interação com eleitores e na divulgação de informações sobre a campanha.

No entanto, é importante ressaltar que o ChatGPT não substitui o papel do planejamento estratégico e da criatividade humana. Ele deve ser utilizado como um complemento às habilidades e conhecimentos dos profissionais envolvidos na campanha, aproveitando seu potencial para aumentar a eficiência e a produtividade.

É assim, ao integrar o ChatGPT ao arsenal de ferramentas disponíveis para a gestão de campanhas políticas, os candidatos podem se beneficiar de sua capacidade de gerar ideias, sugerir abordagens criativas e facilitar o processo de produção de conteúdo, contribuindo para o sucesso de suas estratégias de comunicação e engajamento com os eleitores.

## **5. O FIM E O COMEÇO.**

É fundamental aproveitar a tecnologia em apoio às equipes territoriais da campanha, conectando o mundo virtual ao real por meio da organização de reuniões e mobilizações. Isso requer um planejamento específico que harmonize comunicação, legislação e estratégia política.



Quando a tecnologia é encarada apenas como um apêndice da campanha, os resultados ficam aquém do esperado. Da mesma forma, quando é vista como uma solução milagrosa, pode gerar conflitos internos. Portanto, deve ser estruturada para se adaptar às necessidades e ao planejamento político e de comunicação.

É crucial conscientizar políticos, assessores e colaboradores sobre esse cenário em evolução. Devemos aproveitar o espaço digital das redes sociais para engajar o público, mas sempre demonstrando como nossas propostas agregarão valor à vida das pessoas.

O primeiro passo é a criação de um comitê virtual para atrair interessados na campanha, iniciando assim a mobilização com foco em melhorar a comunidade, mãos à obra!

**Pedro Abder**  
**Contato: (38) 99971-0148**



## COMUNICAÇÃO E MARKETING PARA CAMPANHAS ELEITORAIS

**Jean Piter:** *Graduado em jornalismo e filosofia, MBA em Comunicação e Marketing; Especializações em: Escrita Criativa; Tecnologias para a Educação Profissional; Ciências Humanas e Sociais Aplicadas; Linguagens e Suas Tecnologias. Experiência em: Rádio, TV, jornal impresso, internet, eventos, assessoria de imprensa, produção de conteúdo multimídia e campanhas políticas.*

### ESTRATÉGIA: CONHEÇA SEU PÚBLICO E COMUNIQUE DE FORMA EFICIENTE

A comunicação tem um papel fundamental nas campanhas eleitorais. É por meio dela que o público vai conhecer o candidato e suas propostas. Por isso, o primeiro passo deve ser a pesquisa. É preciso conhecer o público que se quer atingir e saber quais as melhores formas de fazer contato.

Ao saber qual é o seu público, você poderá identificar as melhores ferramentas de comunicação e relacionamento para a sua campanha eleitoral.

Nesse módulo, apresento orientações básicas para produção de conteúdo para redes sociais na internet e as melhores práticas de comunicação. Seguindo esses passos, será possível otimizar recursos e ter melhores resultados.



# Vídeos

## REDES SOCIAIS

- Gravar vídeo com o celular em pé, na vertical.
- Fazer o enquadramento (explicação a frente).
- Duração dos vídeos de 30 segundos a 1:30 minutos. De preferência de até 50 segundos.

## YOUTUBE

- Gravar no formato horizontal, celular deitado.
- Fazer o enquadramento (explicação a frente).
- Duração dos vídeos de 03 a 15 minutos.



### CONVERSE COM SEU PÚBLICO PARA SABER:

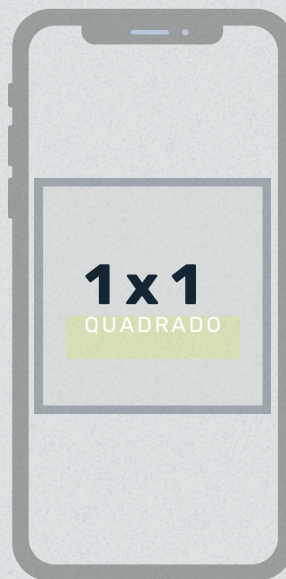
A melhor forma de entrar em contato (Whatsapp, e-mail, redes sociais, comunicado impresso...).

O melhor formato: (card, texto, vídeo, áudio, fotos...).

Com isso, será possível ter melhores resultados.



FORMATO IDEAL PARA  
REELS E STORIES



FORMATOS IDEIAIS  
PARA O FACEBOOK



FORMATO IDEAL  
PARA O YOUTUBE

## IMPORTANTE

- Verificar a disposição da luz. Muita ou pouca luz atrapalha o vídeo.
- Evitar fundos poluídos. Muitos objetos atrás de quem está falando pode distrair a atenção de quem assiste.
- Usar microfone sempre que possível.
- Deixar o foco no automático.
- Grave dois segundos antes da fala e dois segundos depois, para ter melhor corte na hora da edição.

## ROTEIRO BÁSICO

- Saudação e introdução do assunto.
- Anúncio / Novidade
- Encaminhamento / Resultado / Providência
- Encerramento / Despedida



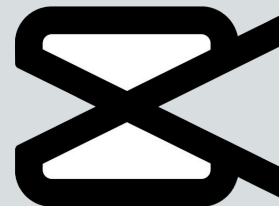
**Fale de forma espontânea.**  
**Evite falas decoradas ou lidas.**

## EDIÇÃO DE VÍDEOS

**Aplicativos gratuitos com recursos pagos.**



**inshot**



**CapCut**



**Veja os tutoriais no YouTube.**



# Fotografia

## COM CELULAR

- Verificar a disposição da luz. Muita ou pouca luz atrapalha a foto.
- Evite fundos com muitos objetos para não distrair a atenção do público.
- Deixar o foco no automático.
- Fazer sempre três ou mais fotos de cada posição.
- Sempre que possível, tirar foto em alta resolução, para ter opções de edição.

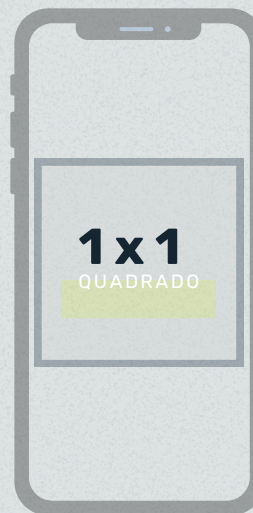
## FORMATO IDEAL PARA STORIES



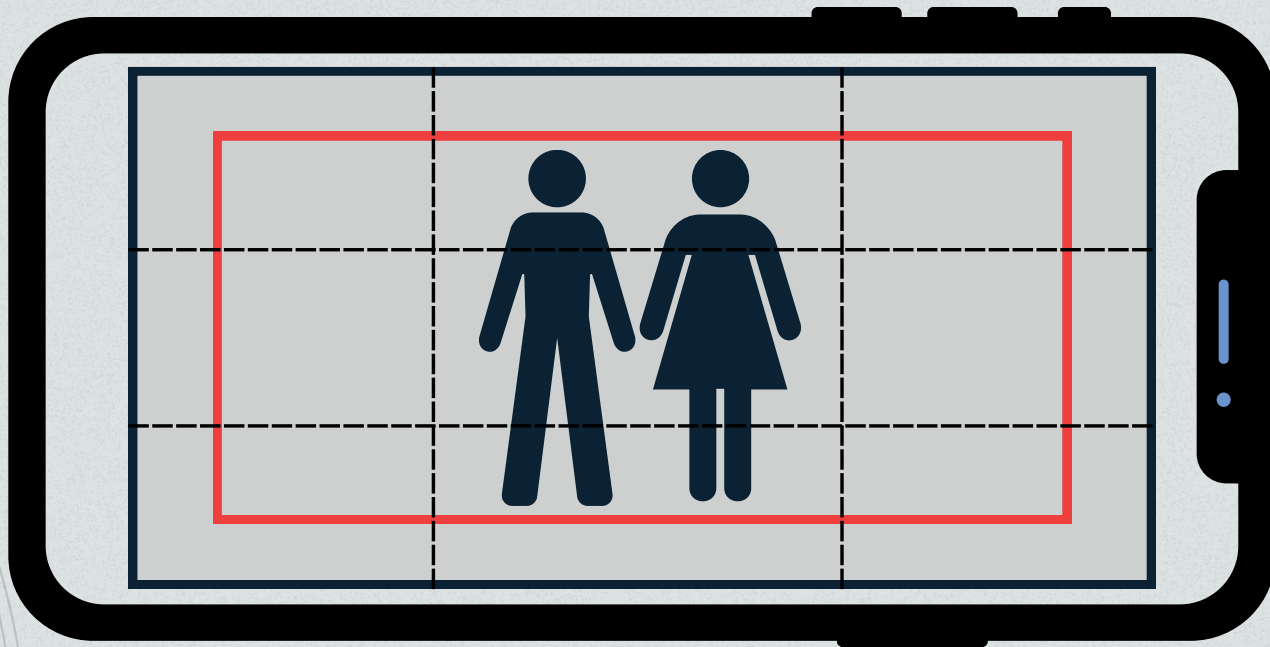
centralize o objeto para ter opção de corte na edição



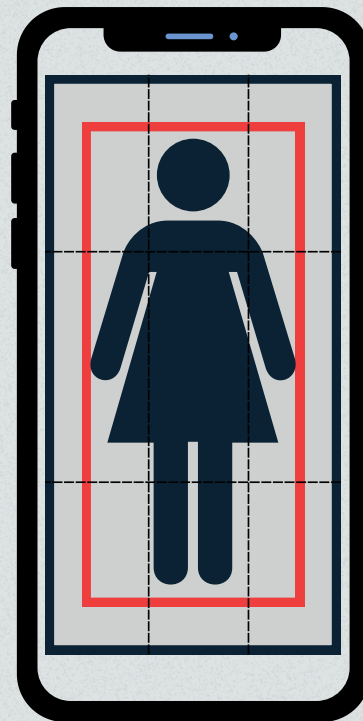
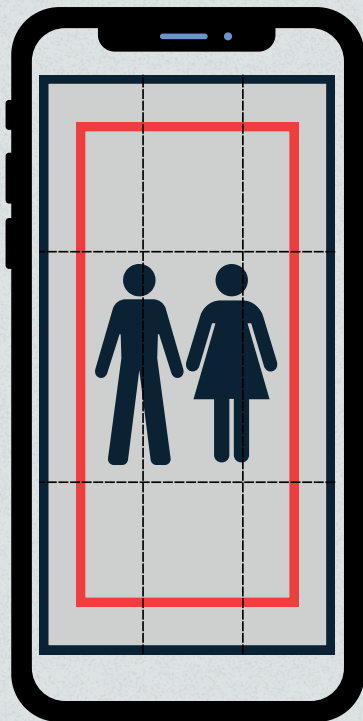
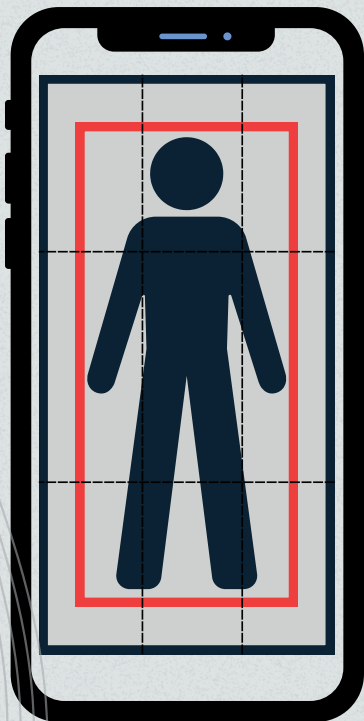
**FORMATO IDEAL  
PARA O FEED**



centralize o objeto para ter  
opção de corte na edição



Enquadramento: deixar margem de "respiro".



## EDIÇÃO DE FOTOS

aplicativos gratuitos com recursos pagos



inshot



Snapseed



veja os tutoriais no youtube

## IMPORTANTE

- Na edição, usar foto no formato quadrado, 3 x 4 ou 4 x 5 para publicar no Feed.



**Não usar muitos apps para o mesmo fim:**

- Ocupam espaço no celular.
- Podem deixar o celular mais lento.
- Usando um só, você tem mais chances de “pegar as manhas”, de dominar todas as funções do app.

## REDES SOCIAIS

### TIKTOK

- Publicar vídeos curtos de 15 segundos a 1 minuto de duração.
- Se possível, de 30 as 50 segundos.
- Vídeos com pegada de humor / descontraído têm boa aceitação.



**Não force a barra. Seja autêntico.**

**Mesmo vídeo publicado no Instagram pode ser publicado no Tik Tok e Facebook.**

### FACEBOOK

- Publicar no intervalo de pelo menos duas horas.
- O ideal fazer duas ou três publicações por dia.
- Veja os insights (sugestões).
- Apoiadores podem participar de grupos para publicar conteúdos.
- Utilizar página em vez de perfil.
- Nos stories, pode fazer até umas 20 publicações por dia.

## INSTAGRAM

- Publicar no intervalo de pelo menos duas horas.
- O ideal fazer duas ou três publicações por dia.
- Veja os insights (sugestões).
- Utilizar perfil comercial para ter mais recursos.
- Nos stories, pode fazer até umas 20 publicações por dia.



**Para fazer o tráfego pago (impulsionamento) para qualquer uma das redes sociais, procure uma assessoria especializada.**

## CANVA

**Aplicativo gratuito para criação de artes para redes sociais, com recursos pagos.**

- Utilize modelos pré-formatados.
- Tem o aplicativo celular, mas é melhor utilizar pelo computador.
- Serve para editar vídeos.
- Dá pra criar vinhetas animadas.



**Veja tutoriais no YouTube. O ideal é contratar um designer.**

## META BUSINESS SUITE

- Ideal para ter “Insights”, ver as métricas, melhores horários para publicar.
- Programar publicações para Instagram, Stories e Facebook.
- Dá para programar a mesma publicação para Instagram e Facebook, inclusive para horários diferentes.
- Tem aplicativo para celular, mas funciona melhor no computador.

## IMPORTANTE

- Comunique todos os dias! A campanha passa rápido.
- Produza conteúdos segmentados, se possível.
- Utilize conteúdos factuais, que acontecem no dia.
- Utilize conteúdos “frios”, que podem ser publicados em qualquer dia. Reposte conteúdos importantes.
- Responder interações dos seguidores. (mensagens e comentários). Não responder os “haters”, a oposição que quer só tumultuar.
- Não perder a linha, não apelar nas respostas.



## PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

- Tenha propostas bem definidas.
- Mantenha a coerência, não caia em contradições.
- Vídeos de apoiadores ajudam muito.
- Divulgue com antecedência a agenda de campanha.
- Arte digital só precisa de CNPJ se for fazer impulsionamento, inclusive para vídeos.
- Todos os materiais devem conter a legenda partidária.

## WHATSAPP

- Utilize grupos, mas não seja o “spammer”, aquela pessoa que publica um caminhão de posts no grupo.
- Utilize listas de transmissão e crie comunidades.
- Se possível, utilize conteúdos segmentados.
- Publique status.
- Utilize um número específico para a campanha.
- Divulgue materiais com links para suas redes sociais.



**Veja tutoriais no YouTube sobre criação de grupos, listas de transmissão e comunidades.**



## IMPORTANTE

- Proibido veicular qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet: sites de notícias, blogues, Google, entre outros.
- É preciso cumprir as regras da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).
- Envio de mensagem individual via e-mail, Whatsapp, Telegram, SMS, ou qualquer outra plataforma, é permitido para quem se cadastrar voluntariamente para receber.
- É obrigatório ter a opção de descadastramento para quem não quiser mais receber tais mensagens.
- Telemarketing e disparo em massa são proibidos.

## MATERIAIS IMPRESSOS

- Obrigatório colocar o número do CNPJ ou CPF de quem está pagando pelo material.
- Tiragem (quantidade) e CNPJ da gráfica.
- Todos os materiais impressos devem conter a legenda partidária.
- Siga as orientações do jurídico sobre tamanhos, formatos, materiais permitidos.



## EQUIPE DE CAMPANHA

- Defina quem vai ficar por conta da comunicação, seja equipe contratada ou voluntária.
- Não permita que o acúmulo de funções prejudique a campanha.
- Funções definidas: Quantas pessoas, quem são, o que cada um vai fazer.
- Faça reunião semanal de planejamento.
- Faça reunião emergencial quando necessário.

**ANOTAÇÕES**



**ANOTAÇÕES**



**ANOTAÇÕES**



**ANOTAÇÕES**



**ANOTAÇÕES**





**PRODUÇÃO:**

**Partido dos Trabalhadores de Minas Gerais**  
**Com a colaboração da Fundação Perseu Abramo**

**Projeto gráfico:** Alexandra Badaró Magi

**Organização e Revisão:** Jean Piter

Rua Felipe dos Santos, 901 Sala 1301  
Santo Agostinho – BH/ MG  
Fone: (31) 3115-7613

**[www.ptmg.org.br](http://www.ptmg.org.br)**



**(31) 97138-9718 | Fale Conosco**

**(31) 97130-7313 | Assessoria de Comunicação**

**(31) 99923-4286 | Presidência**



# eleições 2024

## MANUAL



Partido dos  
Trabalhadores  
Minas Gerais

