

REVISTA UNALE

UNIÃO NACIONAL DOS LEGISLADORES
E LEGISLATIVOS ESTADUAIS

Nº 82 • AGO/2022 • UNALE.ORG.BR

ELEIÇÕES 2022

FIQUE POR DENTRO DE TODO O PROCESSO ELEITORAL
DE 2022 E DAS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DAS
CAMPANHAS.



ENTREVISTA:
MINISTRO EDSON FACHIN
FALA SOBRE PROGRAMA DE
COMBATE À DESINFORMAÇÃO
NAS ELEIÇÕES



ELEIÇÕES:
FERRAMENTAS E
ESTRATÉGIAS DIGITAIS DE
CAMPANHA



ELEIÇÕES
PRINCIPAIS
PREPARAÇÕES PARA
PRESTAR CONTAS NAS
ELEIÇÕES 2022

 Banco de Leis



UNALE
UNIÃO NACIONAL DOS LEGISLADORES
E LEGISLATIVOS ESTADUAIS



Eleições 2022



 Banco de Leis



Unale News



Secretarias da Unale se reúnem em
Brasília

Acesse o QR CODE com
a câmera do seu celular
e saiba mais.



UNALE
UNIÃO NACIONAL DOS LEGISLADORES
E LEGISLATIVOS ESTADUAIS

EDITORIAL

*Evaldo Bazeggio
Diretor-geral da Unale*

As eleições para os parlamentos sempre trazem desafios importantes para os candidatos. Um deles é o cenário de renovação em que parte dos atuais deputados que vão para reeleição e não conseguem êxito e parte migra para outros cargos da administração pública. Nas eleições deste ano existem muitos outros.

A formação de nominatas consistentes é uma necessidade de todos os partidos pois não será possível a formação de coligação na eleição proporcional. Neste sentido, a campanha foi antecipada a partir do fechamento da janela de filiação partidária que ocorreu em abril. Outra novidade é a formação de federações partidárias, que obrigam todas as esferas partidárias a se ajustarem ao que for definido a partir das executivas nacionais dos partidos. Neste momento, estes cenários estão praticamente definidos com as convenções partidárias sacramentando as chapas e as nominatas respectivas.

Com esta edição da **REVISTA UNALE / ESPECIAL ELEIÇÕES**, a Unale pretende trazer dicas e recomendações práticas para ajudar na realização da campanha e contribuir para o debate de questões sensíveis do cenário atual como, por exemplo, a desinformação e as novas regras eleitorais.

A questão da desinformação cresceu em importância nos últimos anos com a relevância das mídias sociais, daí a importância de ouvirmos o presidente do TSE em relação ao tema na entrevista que aborda o Programa de Combate à

Desinformação, orientando o que fazer em caso de ser objeto de Fake News.

No texto do consultor jurídico da UNALE, André Maimoni, o tema do financiamento de campanha está sendo abordado em alinhamento com a posição da unidade.

O material também é composto por texto com legislação específica, que mostra o impacto significativo na campanha deste ano, causado pela formação das federações e pela mudança no critério de coligações.

Na parte final da revista, o tema do impulsionamento pago nas mídias sociais traz orientações e uma entrevista com especialista da área.

Como o período de campanha é muito curto, não podiam faltar sugestões objetivas de ferramentas e estratégias de campanha para se conectar com milhares de pessoas em pouco tempo, com o especialista em Marketing Eleitoral, Anderson Alves.

Um tema que causa embaraço quando não bem conduzido é a contabilidade de campanha e a prestação de contas, assuntos também tratados nesta edição.

E agora, quebrando um pouco a tradição do que seria o editorial, trazemos um bate-bola que fizemos com as duas deputadas que estão na representação institucional da diretoria executiva da UNALE no período de licença dos titulares.

► DEPUTADA CELISE LAVIOLA (MG)

Dicas sobre a campanha:

Os candidatos à reeleição devem centrar sua campanha nas realizações, destacando todos os benefícios que levaram à comunidade, demonstrar visão clara de que conhecem a realidade de cada local. Destacar menos os discursos em promessas pouco palpáveis, destacar sua história e sinalizar o que vem pela frente.

Diferenças em entre esta eleição e as eleições anteriores:

A falta das coligações partidárias é um grande diferencial que pode fazer crescer novos partidos de destaque, dependendo das chapas montadas. Isso pode trazer uma renovação relevante.

Sobre as plataformas de mídias sociais:

Talvez não defina, mas ajuda! A mídia social é importante pois faz a informação chegar muito rápido ao público e, em especial, os jovens eleitores. É uma ferramenta muito útil para quem tem trabalho relevante e não consegue estar em todo local, pois leva o trabalho do candidato para dentro da casa dos potenciais eleitores.

Sobre a posição em relação aos candidatos da majoritária:

O candidato deve ter sua posição muito clara e o eleitorado deve saber qual é seu alinhamento. Entretanto, deve focar a importância do trabalho legislativo para que o executivo funcione em plenitude.

Financiamento de campanha:

É necessário que a legislação seja alterada para que os deputados estaduais possam ser considerados na repartição do fundo de campanha eleitoral. Hoje, o financiamento é feito com a ajuda de deputados federais e com recursos próprios.

Recomendação bala de prata:

Foque no trabalho, trabalhe, mostre o que você pode realizar, não existe política sem trabalho. Política Pública é fruto de trabalho.

► DEPUTADA GORETTI REIS (SE)

O que é uma boa campanha?

Uma boa campanha passa pela visão da defesa que o candidato pode fazer das causas e dos benefícios à comunidade. Isso se faz mapeando as lideranças, conhecendo a realidade das suas regiões. É preciso que o candidato tenha conhecimento da situação e das necessidades das comunidades que pretende apoiar e defender enquanto legislador.

Diferenças em entre esta eleição e as eleições anteriores:

Falta de coligações. Cada partido tem que conseguir o coeficiente. Muito mais complexo e muito mais difícil... alguém com razoável número de votos pode ficar fora.

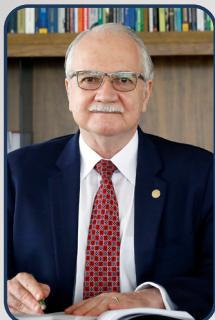
Sobre as plataformas de mídias sociais:

Fundamentais porque a campanha é muito curta. Se você não vem trabalhando anteriormente as redes sociais, agora é um período muito curto para ter seu nome conhecido. Por isso, a importância de estar nas redes sociais sempre.

Os desafios para este pleito:

- a)** A polarização da campanha presidencial que dificulta a atuação dos demais candidatos porque todos falam muito nos dois polos e esquecem os demais nomes.
- b)** A concorrência dentro do próprio partido pode levar a um acirramento na busca de eleitores dentro do mesmo.
- c)** Mudar o cenário de descrença e desmotivação da população em relação à política. ■

SUMÁRIO



7

Entrevista
Ministro do
TSE Edson
Fachin



11

Artigo
Financiamento
de Campanha



14

Especial
Eleições
Dez dicas
para os
candidatos



15

Entenda as
diferenças
entre coligações
e federações



17

Conta de
campanha e
prestação de
contas



19

Principais
Preocupações
para Prestar
Contas nas
Eleições 2022



22

Propaganda
Eleitoral



25

Entenda o
significado e a
diferenças dos
votos branco e
votos nulos



27

A nova
legislação
eleitoral



28

Impulsionamento
na pré-campanha
e na campanha



30

Ferramentas
e Estratégias
Digitais para se
conectar com
milhares de
eleitores em
pouco tempo.



34

Calendário
Eleitoral



UNALE

UNIÃO NACIONAL DOS LEGISLADORES
E LEGISLATIVOS ESTADUAIS

EXPEDIENTE

Diretor-geral: Evaldo Bazeggio

Coordenação: Camila Ferreira

Textos: Evaldo Bazeggio, Camila Ferreira, Danilo Gonzaga, Izadora Nunes e Marina Nery.

Fotos: Jessen Peixoto e Ascom TSE

Diagramação e ilustração:

Fuse Comunicação

Revisão: Camila Ferreira

Impressão: Athalaia Gráfica e Editora Ltda

Tiragem: 1000

**A Revista Unale não se responsabiliza
pelos conceitos e opiniões emitidos nos
artigos assinados.**





Ministro Edson Fachin

ENTREVISTA

PROGRAMA DE COMBATE À DESINFORMAÇÃO

TSE promove ações de combate à disseminação de notícias falsas no período eleitoral

Por Camila Ferreira

Com a circulação 70% mais rápida que notícias oriundas da fonte oficial, as fakenews fazem parte da rotina dos milhões de brasileiros com acesso à internet no Brasil. Métricas de análise de entrega de conteúdo mostram que nove a cada dez cidadãos com acesso à rede de internet já receberam notícia não-verídica, em especial sobre assuntos de interesse relevantes a nível mundial, como o coronavírus, vacinas e, atualmente, eleições.

E, neste ano, em um cenário eleitoral cada vez mais inserido no campo virtual, onde é praticada a disseminação de milhares de notícias em tempo real, postadas nas mais variadas plataformas digitais, em entrevista exclusiva à Revista Unale – Especial Eleições, o presidente do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), ministro Edson Fachin, explana o parâmetro macro do programa de combate à desinformação de notícias falsas, que o órgão tem

promovido com a parceria de diversas entidades e instituições ligadas, direta ou indiretamente, no processo eleitoral de 2022. A UNALE é uma delas.

Como foi idealizado o Programa de Enfrentamento à Desinformação?

O Programa de Enfrentamento à Desinformação foi desenvolvido no ano de 2019, com o objetivo de fazer frente aos efeitos negativos das narrativas falsas no contexto das eleições de 2020. Em linhas gerais, o programa em questão cria um marco de trabalho específico, com ações, objetivos e resultados almejados, organizando, de maneira sistemática, um conjunto de propostas aptas a promover o direito de acesso às informações adequadas, garantido pela Constituição Federal aos cidadãos brasileiros.

Em um período em que a informação é transmitida para milhões de pessoas ao mesmo tempo no campo digital, como o TSE irá atuar para que a informação clara e correta chegue para o cidadão antes da fake news?

Em primeiro lugar, o TSE firma acordo com todas as plataformas relevantes, na tentativa de fazer com que sejam respeitadas as suas políticas e termos de uso. Nesse sentido, encaminha para análise e tratamento, por parte dos parceiros, todas as denúncias de desinformação contra as instituições eleitorais que recebe, por intermédio de um sistema eletrônico específico.

Além disso, o TSE fomenta uma cultura de acesso às informações adequadas, seja provendo informações de qualidade, seja facilitando a atividade das agências de checagem de fatos ou encaminhando dados oficiais necessários ao processo de verificação de conteúdos difundidos. Por fim, trabalha ainda na capacitação, distribuindo conhecimento sobre o fenômeno da desinformação, incluindo suas características, efeitos sociais nocivos e caráter antidemocrático e ilegal.

Qual a importância da integração dos Poderes para enfrentar a desinformação dos cidadãos brasileiros?

A importância é chave, tendo em vista que o acesso às informações adequadas constitui um direito fundamental, previsto na Constituição. Somente através de uma ação consorciada, entre instituições genuinamente comprometidas com o Estado de Direito e com o ideário constitucional, será possível superar esse cenário de corrosão do debate público.



A Unale é uma das entidades parceiras no combate à disseminação de notícias falsas para a população em período eleitoral, como esta parceria pode impactar no processo eleitoral brasileiro?

A parceria da Unale é extremamente importante nesse sentido, tendo em vista a sua capilaridade e sua composição qualificada. A Unale congrega um vasto conjunto de lideranças que podem usar de sua autoridade e de seu prestígio, para ajudar a Justiça Eleitoral em sua missão constitucional de garantir a democracia brasileira, fornecendo informações de qualidade a todas as pessoas.

O Programa verifica a autenticidade das informações veiculadas contra candidatos?

O Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação tem como escopo exclusivo a desinformação contra as instituições eleitorais.



O Tribunal apresenta ao público informações oficiais e verificáveis, que permitem esclarecer dúvidas eventualmente geradas por narrativas desinformativas.

O TSE irá promover a fiscalização das notícias veiculadas relacionadas às eleições de 2022?

O Programa Permanente à Desinformação não promove a fiscalização do debate público, mas limita-se a promover informações de qualidade e a publicar notas de esclarecimento relacionadas com desinformações graves e virais, por exemplo aquelas que impliquem na prática de crimes, incitamento à violência, discursos de ódio etc. No mais, o Programa tem foco no controle de comportamentos inautênticos (como uso de contas falsas ou duplicadas, uso ilegal de disparo em massa, entre outra), não tendo como objetivo primário o controle de conteúdo. Desta forma, o programa se guia pelo princípio da pluralidade informativa, buscando que as narrativas falsas concorram no livre mercado de ideias com informações oficiais que evidenciem o seu caráter enganoso.

Com quais plataformas digitais o TSE firmou parceria para disseminação de informações fidedignas relacionadas ao pleito e como será feito?

Basicamente, com todas as plataformas relevantes, incluindo redes sociais, sites de hospedagem de vídeos e aplicativos de mensageria privada.



Como será realizado o processo para retirada da fakenews das plataformas digitais? Em quanto tempo, depois de identificada, deve ser retirada?

A análise de violação é feita, livremente, pelas plataformas, sem qualquer ingerência por parte da Justiça Eleitoral. As consequências eventualmente aplicadas, portanto, decorre de análise internas das ferramentas, nas quais o TSE não exerce qualquer participação.

Quais serão as punições para as plataformas digitais que não retirarem a fakenews no prazo determinado?

O Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação não possui viés sancionatório. A punição, dentro do espectro normativo, pode ocorrer diante de eventuais descumprimentos de determinações

judiciais, o que só pode ser feito no âmbito de um processo em tramitação, pela autoridade competente.

Como pode ser feita a denúncia da publicação de notícias falsas veiculadas nas plataformas digitais?

O TSE lançou um Sistema de Alerta de Desinformação contra as Eleições, disponível no portal do Tribunal, que é o canal exclusivo para a apresentação de denúncias de narrativas falsas contra as instituições eleitorais. ■



ARTIGO

FINANCIAMENTO DE CAMPANHA

Por André Maimoni
Advogado e especialista em direito eleitoral



O financiamento não é um fim em si mesmo que se caracteriza pela restrição e penalização. Financiar é, desde sempre, questão central nas eleições e quanto maior o nível da qualidade do sistema - que,

entre outros é aquele que observa regras pré-definidas, com transparência, com mecanismos de controle social e controle administrativo/judicial, coíba os abusos, preserve o equilíbrio entre os candidatos e estabeleça prestação de contas - maior o grau de democracia, lisura, legitimidade e normalidade democrática do pleito.

Um marco no sistema foi a proibição de financiamento por pessoas jurídicas pelo STF (ADI 4.650), que afetou e reduziu as fontes de recursos. Surgiram então novos meios: a doação coletiva, a redução do período de campanha e o Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC).

Há hoje um sistema da justiça eleitoral que estabelece regras para o financiamento de campanha, regras estas que, se descumpridas, podem levar até a perda do mandato por deficiência na prestação de contas. As doações ficaram restritas às pessoas físicas e partidos.

Apesar de sermos uma federação com poder subnacional, a prioridade é nas candidaturas à Câmara Federal, que baseiam o sistema e estabelecem os direitos dos partidos. O critério único em um sistema político heterogêneo, pode

desequilibrar a representação e fazer das eleições ao cargo de deputado estadual não prioritárias. Sem mecanismos que obriguem a distribuição proporcional dos recursos, será uma degradação progressiva.

Esse problema foi corrigido pelo Judiciário nos casos das candidaturas de mulheres e dos negros e negras.

O financiamento tem feito os candidatos cada vez mais dependentes dos fundos e de uma estrutura hierarquizada e nem sempre democrática dos partidos. E não há cenário promissor em curto prazo. A tendência é da exigência de barateamento e da simplificação das campanhas e de restrições de acesso às fontes, de limitação de recursos e de diminuição de partidos.

Como o sistema de financiamento tende a continuar público e a manter-se essencialmente o mesmo, é central a demanda de melhora ao acesso aos recursos para as candidaturas à deputado estadual, por ação de controle concentrado ou por proposta no Congresso.

FIQUE LIGADO:

► A Unale defende os direitos dos parlamentares no que diz respeito ao recebimento proporcional dos recursos do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC). A destinação específica de parte do fundo para os deputados estaduais é importante para assegurar a democracia, isonomia, liberdade, além manter o equilíbrio de todo o sistema representativo.

► Além do fundo eleitoral, que será de R\$ 4,9 bilhões em 2022, os partidos políticos e candidatos poderão arrecadar recursos para suas campanhas por meio de doações eleitorais de pessoas físicas, incluindo do candidato, recursos próprios das legendas, desde que identificada a origem e que sejam provenientes do Fundo Partidário; do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC); de doações de pessoas físicas efetuadas aos partidos; de contribuição dos filiados; da comercialização de bens, serviços ou promoção de eventos e de rendimentos decorrentes da locação de bens próprios das siglas.

► Está proibido o repasse de recursos de pessoas jurídicas para as campanhas. Os repasses de dinheiro por pessoa física devem respeitar o equivalente a até 10% da sua renda no ano anterior, somente sendo permitida por meio de: transação bancária na qual o CPF do doador seja obrigatoriamente identificado; doação ou cessão temporária de bens e/ou serviços estimáveis em dinheiro e instituições que promovam técnicas e serviços de financiamento coletivo mediante sites da internet, aplicativos eletrônicos e outros recursos similares.

► Os limites de gastos de campanha para as Eleições 2022 estão definidos em lei e divulgados pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), que serão os mesmos valores de 2018, porém corrigidos pela inflação deste ano.

► Ressalta-se que os valores recebidos por meio de doação de campanha e não gastos na mesma devem ser devolvidos aos doadores, o que também ocorrerá em caso de desistência da candidatura. ■

 Eleições 2022



The image shows a close-up of a person's hands typing on a laptop keyboard. The laptop screen displays the website of the União Nacional dos Legisladores e Legislativos Estaduais (UNALE) for the 2022 elections. The website features a green header with the UNALE logo, social media icons, and a search bar. A yellow banner at the top right of the site says "Eleições 2022". The main content on the screen includes a news article titled "VOTO BRANCO X VOTO NULO" with a photo of a voting machine, a video thumbnail showing a meeting of secretaries, and other news cards. A call-to-action box in the bottom left of the image encourages users to "ACESSE NOSSO HOT SITE ELEIÇÕES 2022".

Acesse o QR CODE com
a câmera do seu celular
e saiba mais.



UNALE
UNIÃO NACIONAL DOS LEGISLADORES
E LEGISLATIVOS ESTADUAIS

ESPECIAL ELEIÇÕES

DEZ DICAS PARA OS CANDIDATOS**1****ESTRUTURE UMA EQUIPE**

É necessário escolher um time alinhado para compor a equipe de campanha, pois é ele quem irá cuidar das suas agendas, redes sociais, estratégias de captação de votos e relacionamentos.

DEFINA AS BANDEIRAS/PROPOSTAS DE CAMPANHA

Definir quais serão as pautas/bandeiras mais importantes que serão tratadas no mandato. Assim é possível se tornar autoridade e referência no poder de agenda.

2**3****CRIE UMA IDENTIDADE VISUAL**

Delimitar quais são as cores e slogan da sua campanha fará com que o público fixe sua imagem e relate a você com aquelas cores, jingles e imagens, itens que constroem a sua marca política.

TENHA UM SITE DA CAMPANHA

No site pode-se anexar os principais trabalhos realizados pelo candidato, propostas de campanhas, bandeiras defendidas e rede de contato com o público, o que ajuda o eleitor a conhecer o candidato, além de ser o canal oficial para recebimento de doações de campanha.

4**5****ESTEJA PRESENTE NAS REDES SOCIAIS**

A mídia digital é uma grande oportunidade de interação em tempo real com os potenciais eleitores. Marque presença nas principais plataformas de redes sociais e crie conexões.

6**POSTE COM FREQUÊNCIA NAS REDES SOCIAIS**

Os posts diários aumentam as chances de atrair público que se identifique com o que você defende, além de gerar proximidade com o potencial eleitor. A ferramenta também auxilia a prestação de contas das ações do candidato.

7**SE PREPARE PARA OS DEBATES POLÍTICOS**

Debates políticos sempre são momentos de ansiedade. Para lidar melhor com eles tenha conhecimento dos assuntos citados, fontes que embasam o seu argumento, um discurso claro e objetivo com linguagem simples.

8**TRABALHE A SUA IMAGEM PARA O ELEITOR**

O eleitor precisa gerar conexão com o candidato, deve se sentir representado. Promova uma interlocução diária com o mesmo. Ouça relatos, reclamações, sugestões e solicitações.

9**COMÍCIOS SÓ NA HORA CERTA**

A euforia é sempre grande, mas não se esqueça de que segundo o artigo 36 da lei eleitoral este tipo de evento não é permitido antes do início oficial do período eleitoral (16 de agosto).

10**SE ATENTE AOS BANNERS E OUTDOORS**

Até o início do período oficial estabelecido na lei eleitoral não são permitidos pedidos explícitos de votos por meio de material gráfico, banners ou outdoors.



ESPECIAL ELEIÇÕES

Por Danilo Gonzaga

ENTENDA AS DIFERENÇAS ENTRE COLIGAÇÕES E FEDERAÇÕES

As federações se equiparam aos partidos políticos em direitos e deveres e devem possuir um estatuto próprio

Pela primeira vez as eleições brasileiras vão contar com a possibilidade de candidaturas apoiadas por federações partidárias. A união de partidos em federações foi instituída pelo Congresso Nacional na reforma eleitoral de 2021 com o objetivo de permitir às legendas atuarem de forma unificada em todo o País, como um teste para eventual fusão ou incorporação.

Com isso, diversos partidos podem se aliar para concorrer às eleições. O mecanismo é diferente das coligações, em que os partidos se alinham sem garantia de permanência do bloco. No caso das federações, as formações criadas permanecem após as eleições.

O que são as federações partidárias?

Em função do alto número de partidos políticos presentes no país, e na consequente tentativa de combater os efeitos de possíveis fragmentações, as federações partidárias foram criadas. O

conceito pode ser compreendido como a união de dois ou mais partidos que atuarão de maneira unificada antes e depois das eleições, durante o período mínimo de quatro anos. A união deve, obrigatoriamente, ter abrangência nacional.

Nas eleições de 2022, por enquanto, as Federações Partidárias irão ser válidas apenas para as eleições de Deputado Estadual, Distrital e Deputado Federal.

Se algum partido deixar a federação antes desse prazo, sofre punições, tais como a proibição de utilização dos recursos do Fundo Partidário pelo período remanescente. Além disso, as federações devem ter abrangência nacional, o que também as diferencia do regime de coligações, que têm alcance estadual e podem variar de um estado para outro.

Federações deverão ter um estatuto, assim como um partido político, que deverá disciplinar

questões como fidelidade partidária ou à federação. Esse documento deverá prever eventuais punições a parlamentares que não seguirem a orientação da federação numa votação, por exemplo, lembrando que a expulsão de um parlamentar do partido não implica qualquer prejuízo para o mandato (mas apenas o desligamento voluntário e sem justa causa).

O que são coligações partidárias?

Já as coligações podem ser entendidas como a possibilidade de união entre partidos para a disputa de eleições e ocorrem para que as agremiações partidárias possam somar esforços a fim de alcançar objetivos eleitorais comuns.

Desta forma, partidos que não possuem expressividade no cenário político eleitoral podem apoiar siglas de maior apelo visando a distribuição de cadeiras. Assim, as coligações ampliam suas chances de obter representação.

Enquanto as coligações são válidas apenas no período eleitoral, na federação os partidos são obrigados a se unir durante quatro anos e atuar como se fossem uma bancada única. Os partidos ainda podem se coligar para lançar candidatos nas eleições majoritárias: para prefeito, governador, senador e presidente da República.

Deste modo, ao definir apoio a um determinado candidato a governador, o partido cede seu tempo de TV e rádio para aquele candidato e seus candidatos a deputados ficam proibidos de produzirem material de campanha apoiando outro postulante diferente. Os partidos que integram uma coligação ficam unidos juridicamente por um novo CNPJ, referente à candidatura majoritária em questão. Entretanto, passada a eleição, a coligação perde valor formal, de modo que os partidos não têm mais obrigações uns com os outros.

Nas eleições proporcionais (vereador, deputado estadual, deputado distrital e deputado federal), não há possibilidade de coligação. Os partidos que quiserem se unir antes da eleição devem formar federações.

Por que os partidos formam coligações?

As coligações são uma forma de partidos unirem forças para alcançar objetivos eleitorais comuns. É comum que partidos maiores e com lideranças expressivas consigam lançar candidatos fortes para cargos do Poder Executivo. Normalmente, esses partidos possuem líderes mais conhecidos e aprovados pela população. Esses partidos também costumam eleger muitos candidatos para todos os cargos eletivos.

Diferenças entre coligações e federações partidárias

As principais diferenças entre coligações e federações partidárias se resumem, basicamente, ao período de existência, a possibilidade de coligações somente às eleições majoritárias e a abrangência nacional para as federações, com aliança total, frente à estadual para as coligações, que podem, ainda, variar de estado para estado.

Exatamente pela obrigatoriedade de permanecerem em um mesmo bloco por pelo menos quatro anos, o ideal é que as federações sejam firmadas entre partidos com afinidade programática. A medida diminui o risco de o eleitor ajudar a eleger um candidato de ideologia oposta à sua, como ocorria muitas vezes nas coligações em eleições proporcionais.

As federações se equiparam aos partidos políticos em direitos e deveres e devem possuir um estatuto próprio, com regras sobre fidelidade partidária e sanções a parlamentares que não cumprirem orientação de votação, por exemplo. ■

ESPECIAL ELEIÇÕES

CONTA DE CAMPANHA E PRESTAÇÃO DE CONTAS

Essa medida garante a transparência e a legitimidade da atuação partidária no processo eleitoral

Os candidatos e partidos políticos deverão prestar contas à Justiça Eleitoral de toda a movimentação de campanha, conforme a esfera de competência - nacional, estadual ou municipal, no prazo entre 9 e 12 de setembro e na forma previstos na Resolução que regulamenta a prestação de contas eleitoral.

Abertura de contas

A abertura de contas destinadas ao recebimento de doações para a campanha é obrigatória para todos os partidos e candidatos que irão concorrer às Eleições 2022. Para realizar o procedimento de abertura junto aos bancos devem ser apresentados o Requerimento de Abertura de Conta Bancária - disponível na página dos TREs na internet para candidatos e na página do TSE para partidos, comprovante de inscrição no CNPJ (a concessão do cadastro é efetuada de forma automática aos candidatos após a solicitação do registro de candidatura), e nome dos responsáveis pela movimentação da conta bancária com endereço atualizado. Além disso, os partidos também devem apresentar a certidão de composição partidária, que pode ser acessada na página do TSE.

A arrecadação de recursos para campanha eleitoral de qualquer natureza deverá observar alguns pré-requisitos. Para candidatos, é necessário requerimento do registro de candidatura, inscrição no CNPJ, abertura de conta bancária específica e emissão de recibos eleitorais, observado o disposto no artigo 7º da norma, na hipótese de doações estimáveis em dinheiro e de doações pela internet.

Já para partidos, é exigido registro ou anotação, conforme o caso, no respectivo órgão da Justiça Eleitoral, inscrição no CNPJ, abertura de conta

bancária específica e emissão de recibos de doação na forma regulamentada pelo TSE nas prestações de contas anuais.

Apresentação de Contas

A comprovação dos gastos eleitorais deverá ser feito através de documento fiscal emitido em nome dos candidatos e partidos políticos, não poderá conter rasuras e emendas, no documento deverá conter a data de emissão, a descrição detalhada, o valor da operação e a identificação do emitente e do destinatário ou dos contraentes pelo nome ou razão social, CPF ou CNPJ e endereço.

Na divulgação de Contas Eleitorais são apresentadas as informações detalhadas sobre todos os candidatos que pediram registro à Justiça Eleitoral e sobre as suas contas eleitorais e as dos partidos políticos.

Prestação de contas

A prestação de contas é uma medida que garante a transparência e a legitimidade da atuação partidária no processo eleitoral. Todos os candidatos, com respectivos vices e suplentes, e os diretórios partidários nacionais e estaduais, em conjunto com os comitês financeiros têm o dever de exercê-lo.

Todo candidato tem a obrigação de prestar contas, inclusive aqueles que não fizeram campanha, não tiveram votos, não tiveram movimentação financeira, desistiram da candidatura, renunciaram à candidatura ou tiveram o registro indeferido pela Justiça Eleitoral.

Nas eleições de 2022 foram realizadas algumas alterações nas normas vigentes, como a incorporação da federação de partidos com a preservação da identidade e da autonomia das legendas que a compõem. Assim, a prestação de contas da federação corresponderá aquela apresentada à Justiça Eleitoral pelos partidos que a integram e em todos os níveis de direção partidária.

Entenda as principais alterações instituídas pela Resolução nº 23.665/2021

O Candidato fará a administração financeira de sua própria campanha usando recursos repassados pelo seu respectivo partido, inclusive o que se diz respeito ao Fundo Partidário ou do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC), recursos próprios ou doações de pessoas físicas, ficando solidariamente responsável pela veracidade das informações financeiras e contábeis.

Caso tenha renunciada a sua candidatura, substituída, ou o registro indeferido pela Justiça Eleitoral, será necessário à prestação de contas correspondente ao período em que participou do processo eleitoral, mesmo que não tenha realizado campanha.

Envio parcial e total

A prestação de contas deve ser elaborada e transmitida por meio do Sistema de Prestação de Contas de Campanha Eleitoral (SPCE), que consiste em um programa desenvolvido pela justiça eleitoral para auxiliar na elaboração da prestação de contas de campanhas eleitorais dos candidatos, comitês financeiros e partidos políticos.

A prestação de contas parcial deverá ser feita entre os dias 9 a 13 de setembro. No dia 15 de Setembro será divulgada através do TSE, prestação de contas parcial de campanha de candidatos e partidos políticos com a indicação dos nomes, do CPF ou CNPJ dos doadores e dos respectivos valores doados.

Sobras

As sobras de campanha deverão ser transferidas ao órgão partidário na circunscrição do pleito, e depositadas na conta bancária do partido.

Aquelas originadas do Fundo Partidário devem ser depositadas em uma conta destinada especificamente à movimentação de recursos dessa natureza.

As sobras de campanha podem ser financeiras ou de bens e materiais permanentes e decorrem: Da diferença financeira positiva entre os recursos arrecadados e os gastos realizados em campanha, dos bens e materiais permanentes adquiridos ou recebidos durante a campanha.

Vaquinha eleitoral

Em 2017, novas formas de arrecadação e financiamento foram liberadas pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), entre elas o crowdfunding, também conhecido como vaquinha eleitoral: arrecadação coletiva entre pessoas físicas para patrocinar candidaturas.

Ao pé da letra, a tradução do termo inglês crowdfunding significa algo como ‘financiamento de multidão’, que remete ao caráter colaborativo e coletivo desse tipo de mobilização. É uma prática permitida por lei, sendo possível ser realizada através de sites de vaquinha online ou links de apadrinhamento, por exemplo.

Quem desejar colaborar, pode realizar o pagamento de maneira totalmente online. Já as plataformas colaborativas responsáveis pela arrecadação ficam com uma comissão, que geralmente é de 5% sobre o valor do financiamento. Assim, cada candidato pode divulgar suas ideias, com intuito de conseguir a verba.

A maior vantagem desse recurso é fazer os colaboradores da campanha contribuírem com causas que acreditam, exercendo o poder da democracia. Assim, os eleitores que apoiam as ideias do candidato se tornam “fiscalizadores” das ações prometidas por ele, caso ganhe a eleição.

Caso um pré-candidato que tenha aberto uma vaquinha eleitoral desista de concorrer, o dinheiro retornará aos doadores por meio do próprio site. Já o valor que não tiver sido usado durante as campanhas não será devolvido: vai para o Tesouro Nacional e será abatido da dívida pública brasileira. ■

ESPECIAL ELEIÇÕES

PRINCIPAIS PREOCUPAÇÕES PARA PRESTAR CONTAS NAS ELEIÇÕES 2022

Toda eleição sempre traz consigo uma infinidade de desafios e preocupações para candidatos e candidatas, e a prestação de contas sem dúvidas é uma das maiores.

A forma de se fazer campanhas tem evoluído muito, assim como tem crescido o volume de recursos públicos investidos no financiamento da democracia e, consequentemente, intensidade da fiscalização e do controle da aplicação desses recursos através dos mecanismos que a Justiça Eleitoral dispõe.

Toda essa crescente, contudo, vem desacompanhada da disponibilidade de profissionais de contabilidade especializados no tema – o que aumenta ainda mais o desafio para os candidatos. Hoje, de cada 100 contadores atuantes no país, menos de 5 já tiveram algum contato com Contabilidade Eleitoral.

Atentos a esse contexto separamos nessa matéria os principais pontos de atenção para campanhas eleitorais, de modo a tentar reduzir um pouco toda essa complexidade.

1- RECEBIMENTO DE DOAÇÕES POR PIX DIRETO EM CONTA

Se a doação for realizada por PIX, a chave do doador deve ser, obrigatoriamente, o CPF – nada de e-mail, telefone, ou CNPJ! Mas o ideal mesmo, é que estas doações sejam realizadas por intermédio de financiamento coletivo (PIX pela vaquinha), para garantir que isso seja respeitado, e mais: que seja possível a identificação do doador, já que no próprio comprovante do PIX, parte do CPF do doador é protegida (números substituídos por *).



Guilherme Sturm

CEO da Rede Essent Jus, membro da Comissão de Contabilidade Eleitoral do CFC - Conselho Federal de Contabilidade e da Abradep - Academia de Direito Eleitoral e Político

Além disso, todas as doações recebidas devem constar do seu extrato bancário, acompanhadas da indicação do CPF do doador. Essa é a comprovação da origem da receita que a Justiça Eleitoral exige.

Sem ela, não utilize o recurso recebido. Peça ao seu contador que emita uma Guia de Recolhimento à União no valor da doação sem origem comprovada e a pague imediatamente com a conta da campanha em que a doação foi creditada.

A utilização desse recurso pode acarretar na desaprovação das contas e na condenação à devolução desse valor com correção.

2- MATERIALIDADE DOS GASTOS

A materialidade do gasto nada mais é do que a comprovação de que o gasto foi efetivamente realizado. Essa exigência surge em combate à contratação de “gastos fictícios” que acabam servindo tão somente ao desvio de um recurso que deveria ser aplicado na promoção da candidatura.

Um bom exemplo de comprovação da materialidade do gasto é a foto dos santinhos da campanha no momento de seu recebimento pelo candidato. Oriente sua equipe a fazê-lo para todos os gastos.

3- GASTOS DO PRÓPRIO CANDIDATO

Não pague o combustível do seu veículo, as despesas com seu motorista, a sua hospedagem ou a sua alimentação com recursos de campanha. Desde 2020, estes gastos não são mais considerados gastos eleitorais, não podem ser pagos com dinheiro da campanha, nem lançados na prestação de contas.

4- RECURSOS DA QUOTA DE GÊNERO E QUOTA RACIAL

Recursos públicos, quando recebidos por candidatos enquadrados nas quotas raciais ou de gênero, devem ser aplicados somente em benefício dessas candidaturas.

É bem verdade que existe a possibilidade de compartilhamento desses recursos com outros candidatos, mas em função de alguns requisitos a serem cumpridos (alguns deles, sujeitos à interpretação, subjetivo), a recomendação é que

eles sejam aplicados dentro da campanha da candidatura que os recebeu.

O TSE cada vez mais tem intensificado ações na promoção da participação feminina e de negros na política. Portanto, se deseja aplicar ou receber recursos destinados à essa finalidade.

5- EVITE APlicar ou RECEBER RECURSOS DE CANDIDATURAS DE SIGLAS DIVERSAS (PELO MENOS POR ENQUANTO)

Esse é um tema que tem provocado bastante debate entre os profissionais da área e divergência na jurisprudência dos Tribunais Regionais Eleitorais do País.

É que a resolução do TSE que disciplina a aplicação de recursos veda o pagamento de gastos em favor de candidatos de sigla diferente, quando não coligados (exceto em caso de federação). Lembrando que atualmente, existe coligação apenas para majoritária.

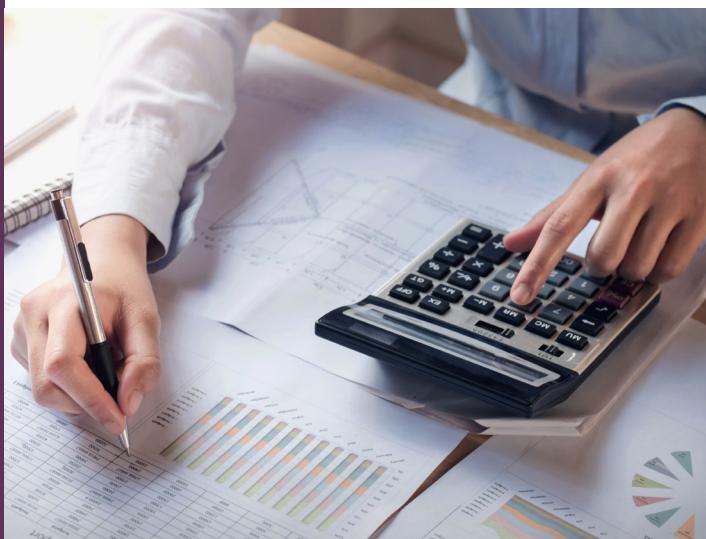
Como desde 2020 não existem mais candidaturas coligadas na proporcional, surgem os questionamentos:

1) O candidato majoritário do “Partido A” (partido esse que é coligado com o “Partido B”), pode arcar com despesas do candidato proporcional do “Partido B”?

2) O candidato proporcional do “Partido A” (partido esse que é coligado com o “Partido B” na majoritária), pode arcar com determinadas despesas do candidato proporcional do “Partido B”?

Essa discussão recentemente chegou ao STF por meio da ADI 7214, que busca a solidificação da jurisprudência no sentido de dar resposta positiva às perguntas acima.

Enquanto aguardamos ansiosos pelo desfecho da discussão, o que se recomenda, por prudência, é que os recursos públicos recebidos sejam mantidos dentro da coligação em nível majoritário, e dentro da sigla em nível proporcional, ressalvados os partidos integrantes de alguma federação. ■



CONTABILIDADE ELEITORAL 4.0

A contabilidade de quem leva a eleição a sério!

Quem compara, contrata a
Rede Essent Jus para sua
Campanha Eleitoral!

- Preços que se ajustam de acordo com o tamanho da campanha de cada cliente
 - Foco 100% em Contabilidade Eleitoral
 - Referências nacionais em Contabilidade Eleitoral
 - Experiência com prestação de contas para TREs e TSE
 - Experiência com campanhas de grande porte
 - Especialidade em Candidaturas Femininas
 - Atendimento presencial em todos os estados do país
 - Plantão até 22h todos os dias, inclusive finais de semana e feriados
 - Sistema para Arrecadação incluso nos serviços
 - Site para a Campanha
 - Preparação e Capacitação da Equipe de Campanha
 - Planejamento dos Gastos Sensíveis de campanha
 - Preenchimento do Registro de Candidatura
 - Portal Digital para treinamento da equipe de campanha
 - Prestação de Contas 100% Digital
 - Aplicativo para Controle do Financeiro da Campanha
 - Processos Digitais para organização e controle das obrigações da campanha
 - Aplicativo e Processos Digitais para organização da prestação de contas final
 - Vigência do contrato
 - Supoorte aos advogados para cumprimento de Diligências e Recursos
 - DIRF Eleições
 - Serviço com Seguro de Responsabilidade

**Solicite as condições
para sua campanha!**



redeessmentjus

Rede Essent Jus

redeessmentjus

55.99662.3662

CONHEÇA TAMBÉM

DEMOCRATIZE SUA PLATAFORMA DE FINANCIAMENTO COLETIVO ELEITORAL

Para a maioria, a campanha terá apenas 45 dias. Para você, pode começar agora!



A QR code is located in the bottom right corner of the slide, with the website URL 'democratize.com.br' written below it in a smaller font.

Veja **todas as entregas** que compõem nossa proposta de serviço, organizadas de acordo com **cada etapa da sua campanha**.

10 PASSOS

para **APROVAR** suas
contas com a
Contabilidade Eleitoral 4.0
da Rede Essent Jus:



PROPAGANDA ELEITORAL

Elas são todas as formas de realização de meios publicitários que têm por objetivo conquistar simpatizantes ao conjunto de ideias de um partido e garantir votos

A propaganda eleitoral é importante para o conhecimento dos candidatos e das suas propostas. Envolvendo diversas modalidades, tais como comícios, distribuição de panfletos, carreatas e publicações nas redes sociais, a propaganda eleitoral deve seguir regras a fim de garantir a isonomia de tratamento entre candidatos e partidos.

A propaganda eleitoral tem suas diversas formas regulamentadas pela legislação eleitoral. Essa regulamentação visa, primordialmente, impedir o abuso do poder econômico e político e preservar a igualdade entre os candidatos.

Ela tem a função de difundir os preceitos partidários, transmitir mensagens aos filiados sobre a execução do programa de seu respectivo partido, seus eventos e atividades congressuais.

Serve também para divulgar a posição do partido em relação a temas ligados ao cotidiano do cidadão e é ainda o meio ideal para promover e difundir a participação política de grupos sem maior representação dentro do cenário político nacional. De acordo com o TSE, é livre o exercício da propaganda, desde que realizada nos termos da legislação eleitoral.

Confira quais são as permitidas:

Propaganda em geral

A propaganda distribuída na forma de folhetos, volantes e outros impressos não dependem da obtenção de licença municipal ou de autorização da Justiça Eleitoral. Todo material de campanha eleitoral de formato impresso é de responsabilidade do partido, federação ou candidato.

A fixação de adesivos em veículos particulares é permitida, pois os adesivos se enquadram no

conceito de propaganda impressa de qualquer natureza ou tamanho.

Propaganda na internet

É livre a manifestação de pensamento do eleitor por meio da internet. Ela só poderá ser objeto de limitação se ofender a honra ou a imagem de candidatas e candidatos, partidos, coligações ou federações partidárias, ou ainda se propagar notícias falsas.

A norma permite a propaganda eleitoral em blogs ou páginas na internet ou redes sociais das candidatas e candidatos, partidos políticos, coligações ou federações, desde que seus endereços sejam informados à Justiça Eleitoral.

Propaganda paga na internet

É proibido veicular qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet. A exceção fica por conta do impulsionamento de conteúdo, que deverá estar identificado de forma clara e ter sido contratado, exclusivamente, por candidatas, candidatos, partidos, coligações e federações partidárias ou pessoas que os representem legalmente.

A propaganda eleitoral paga na internet deverá ser assim identificada onde for divulgada. Por ser vedado o impulsionamento de conteúdo por apoiadores, esses anúncios deverão identificar como responsáveis a candidata, o candidato, o partido, a coligação ou a federação partidária.

A norma também proíbe a contratação de pessoas físicas ou jurídicas que façam publicações de cunho político-eleitoral em suas páginas na internet ou redes sociais.

CARGO	RÁDIO	TELEVISÃO
PRESIDENTE	Terças, quintas e aos sábados das 7h às 7h12 e das 12h às 12h12.	Terças, quintas e aos sábados das 13h às 13h12 e das 20h30 às 20h42.
GOVERNADOR	Segundas, quartas e sextas, das 7h15 às 7h25 e das 12h15 às 12h25.	Segundas, quartas e sextas das 13h15 às 13h25 e das 20h35 às 20h45.
DEPUTADO ESTADUAL	Segundas, quartas e sextas-feiras, das 7h05 às 7h15 e das 12h05 às 12h15.	Segundas, quartas e sextas-feiras, das 13h05 às 13h15 e das 20h35 às 20h45.
DEPUTADO FEDERAL	Segundas, quartas e sextas-feiras, das 7h05 às 7h15 e das 12h05 às 12h15.	Segundas, quartas e sextas-feiras, das 13h05 às 13h15 e das 20h35 às 20h45.
SENADOR	Segundas, quartas e sextas-feiras, das 7h às 7h05 e das 12h às 12h05.	Segundas, quartas e sextas-feiras, das 13h às 13h05 e das 20h30 às 20h35.

Envio de mensagens

A resolução permite o envio de mensagens eletrônicas aos eleitores que se cadastrarem voluntariamente para recebê-las, desde que seus emissores sejam identificados e sejam cumpridas as regras da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Formas de cadastramento precisarão ser disponibilizadas para a pessoa que não quiser mais receber as mensagens.

Propaganda em bens particulares

A veiculação da propaganda eleitoral em bens particulares deve ser espontânea e gratuita, sendo proibido veículos de tipo de pagamento em troca de espaço para essa finalidade. Se não houver a autorização do dono do imóvel, a propaganda se torna irregular.

Propaganda em bens públicos e bens de uso comum
 É proibida a propaganda nos bens públicos cujo uso dependa de cessão ou permissão do poder público e nos bens de uso comum do povo, como por exemplo: estradas, praças, postes de iluminação pública e sinalização de trânsito, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus, cinemas, clubes, lojas, centros comerciais, templos, ginásios, estádios e banca de revista.

Propaganda nas sedes do Poder Legislativo. Esse tipo de propaganda fica a critério da Mesa Diretora da Casa.

Propaganda em vias públicas, árvores e jardins

É permitida a colocação de cavaletes, bonecos, cartazes, mesas para distribuição de material de campanha e bandeiras ao longo das vias públicas, desde que não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos.

Já em árvores e nos jardins localizados em áreas públicas, ficam proibidos esses tipos de propaganda.

Propaganda por outdoors, painel eletrônico, backlight e similares

É proibida a utilização de outdoors para propaganda eleitoral, o TSE estabeleceu que painel eletrônico, backlight ou similar são classificados como outdoors, portanto, caracterizam propaganda eleitoral irregular.

Carreata, passeata e carro de som

É proibido realizar carreata, caminhada, passeata ou usar carro de som que transite pela cidade,



divulgando jingles ou mensagens de candidatos, até as vinte e duas horas do dia que antecede a eleição.

Propaganda na imprensa escrita

Até a antevéspera das eleições, são permitidas a divulgação paga e a reprodução na Internet do jornal impresso de até dez anúncios de propaganda eleitoral, por jornal.

Propaganda assemelhada à propaganda pública

É proibido, na propaganda eleitoral, o uso de símbolos, frases ou imagens associados ou semelhantes aos empregados por órgão de governo, empresa pública ou sociedade de economia mista.

Horários e dias das Propagandas Eleitorais

As regras sobre o tempo de propaganda levam em consideração o tamanho das bancadas na Câmara dos Deputados. O partido que tiver mais de 20 deputados federais terá direito à utilização de 20 minutos por semestre, para inserções de 30 segundos, nas redes nacionais, e de igual tempo nas emissoras estaduais.

O que tiver entre 10 e 20 deputados federais terá direito à utilização do tempo total de 10 minutos por semestre, para inserções de 30 segundos, nas redes nacionais e nas emissoras estaduais.

No caso do partido que tiver eleito até nove deputados federais, serão cinco minutos por semestre, para inserções de 30 segundos, nas redes nacionais e nas redes estaduais.

A propaganda no horário eleitoral gratuito será veiculada nas emissoras de rádio e de televisão, bem como nos canais de TV por assinatura administradas pelo Senado Federal, pela Câmara dos Deputados, pelas Assembleias Legislativas, pela Câmara Legislativa do Distrito Federal ou pelas Câmaras Municipais.

A distribuição do tempo de propaganda entre as candidaturas registradas é de competência das legendas, federações e coligações, que, nas eleições proporcionais, devem respeitar aos percentuais destinados às candidaturas femininas (mínimo de 30%) e de pessoas negras (definidos a cada eleição e calculados com base no total de pedidos de registro apresentados na respectiva circunscrição).

As propagandas deverão ser exibidas por todas as emissoras indicadas por 35 dias anteriores do primeiro turno da eleição, de acordo com o horário de Brasília e respeitando a seguinte divisão:

Debates

A transmissão dos debates deve ser informada à Justiça Eleitoral e está sujeita às regras estabelecidas pela Resolução, que determina a obediência ao acordo firmado entre os partidos e a pessoa jurídica interessada na realização do evento.

Nos debates, não poderá haver deliberação pela exclusão de candidaturas cuja presença esteja assegurada, nem de candidatas e de candidatos com participação facultativa convidada pelas emissoras de rádio e de televisão. ■

ESPECIAL ELEIÇÕES

ENTENDA O SIGNIFICADO E A DIFERENÇAS DOS VOTOS BRANCO E VOTOS NULOS

Essa escolha de voto não interfere diretamente na contagem que define os vencedores de uma eleição

Muitas pessoas se confundem sobre a definição e as consequências dos votos em branco e nulo, bem como em relação às abstenções computadas em cada eleição. Em razão disso, realizam escolhas baseadas em motivos imprecisos, desperdiçando a oportunidade do efetivo exercício da cidadania através do voto.

Devemos saber que o voto é um direito e dever de todo cidadão, sendo obrigatórios para maiores de 18 anos e facultativo para analfabetos, maiores de 70 anos e pessoas com idade entre 16 e 18 anos, de acordo com o artigo 14, §1º e incisos, da Constituição Federal.

No Brasil, o voto também é secreto e o único meio legal de entregar o poder do povo aos representantes, ato fundamental para a efetiva implementação dos princípios democráticos, o voto em branco e o voto nulo são opções para as pessoas que não querem escolher nenhum candidato.

Então o que são o voto em branco e o voto nulo?

Os eleitores também são livres para não escolher um candidato, ou seja, caso queira, pode optar por votar em branco ou anular o voto. Os dois são similares, com diferença apenas na maneira como o voto é invalidado. Sendo que no voto em branco, o eleitor aperta a tecla “branco” na urna.

Já no nulo, o eleitor deve digitar, na urna eletrônica, um número que não corresponda a nenhum candidato ou partido político registrado. Uma vez confirmado, o voto não é direcionado a nenhum candidato, sigla ou coligação e, portanto, não interfere no resultado do pleito.

Em ambos os casos, estes votos acabam servindo apenas para fim estatístico. Ou seja, mesmo se mais de 50% dos eleitores cancelarem seus votos,



a eleição não será anulada, pois são contabilizados apenas os votos válidos para eleger um candidato.

É importante prestar muita atenção na ordem da seleção dos candidatos a seus respectivos cargos ao digitar os números na urna, para que não ocorra uma anulação acidental de seu voto. Digite os números com calma, verificando sempre se a foto e os dados do seu candidato aparecem corretamente na tela da urna. Caso contrário, há a possibilidade de corrigir a digitação apertando a tecla laranja confirma e votar novamente, confirmando o voto em seguida.

Mas qual a diferença entre o voto em branco e o voto nulo?

Na prática, não há diferença entre eles, sendo ambos desconsiderados para fins de se obter a candidata vencedora ou o candidato vencedor. Isto é, se o cidadão votar em branco ou votar nulo serão computados seus votos, mas essas escolhas não interferem na soma que elege quem obtiver mais votos válidos. Os votos válidos são os dedicados a alguém ou a algum partido (no caso de voto de legenda)

Voto nulo anula eleição?

Não, voto nulo não anula eleição. Há grande confusão na população a respeito disso, então vamos esclarecer. O voto nulo é aquele em que o eleitor manifesta a intenção de anular seu voto por não concordar com as propostas de nenhum dos candidatos. O voto nulo acontece quando o eleitor digita um número que não possui partidos ou candidatos registrados.

A legenda é beneficiada quando o eleitor vota branco?

Nem a legenda ou algum candidato são beneficiados quando o eleitor vota branco. Para entendermos essa questão, é só levarmos em consideração o que foi dito a respeito do voto nulo. Assim como o voto nulo, o voto branco é entendido pela legislação brasileira (o embasamento também

está na Constituição e na Lei das Eleições) como voto não válido.

O voto branco, assim como o voto nulo, é um voto não válido e, portanto, é “descartado” durante a contagem oficial. Sendo assim, o voto branco não é redirecionado para nenhum partido e nem para nenhum candidato. Toda essa confusão a respeito do voto branco acontece porque, antes de 1988, o voto branco era entendido como um voto de conformismo e era redirecionado para o candidato vencedor. Essa norma, no entanto, foi alterada com a promulgação da Constituição de 1988 e com o decreto da Lei das Eleições em 1997.

O que são as abstenções?

Em uma eleição, as abstenções representam o número de eleitores que não compareceram para votar. É relevante salientar que o eleitor que não puder comparecer à votação deve justificar a sua ausência.

Quem não exercer o poder do voto, sua situação perante a justiça eleitoral ficará irregular, sendo impedido de exercer diversos direitos civis, entre eles: Participar de licitações, renovar passaporte, inscrever-se em concurso, obter empréstimos nas autarquias, nas sociedades de economia mista, nas caixas econômicas federais e estaduais, inscrever-se em concurso ou prova para cargo ou função pública, renovar matrícula em estabelecimento de ensino oficial ou fiscalizado pelo governo.

Com os devidos esclarecimentos feitos, antes de tomar qualquer decisão, informe-se em fontes confiáveis para contribuir da melhor forma possível com a democracia do país com seu voto consciente. ■



ESPECIAL ELEIÇÕES

A NOVA LEGISLAÇÃO ELEITORAL

*Christine Peter
Secretária-geral do Tribunal Superior Eleitoral*

As eleições pulsam com o coração do interesse republicano, sendo inerente à natureza humana querer participar e influenciar nos processos de escolha de quem exercerá o poder naquela comunidade. É, ademais, desejável e salutar que assim o seja.

Na medida em que as sociedades evoluem e se adaptam às inovações tecnológicas de seu tempo percebe-se a presença dessas novidades no campo eleitoral, ressaltando-se as formas de arrecadação de recursos para campanhas eleitorais e de financiamento público de partidos políticos, os atos de propaganda eleitoral, a segurança eletrônica conferida aos processos de votação e apuração de votos e à própria atuação jurisdicional da Justiça Eleitoral e como administradora das eleições.

Todo processo de mudança exige, e se legitima, por meio do diálogo franco entre todos os interessados e o mesmo raciocínio habermesiano se aplica à legislação eleitoral.

Sob esse signo, revela-se de enorme valia o esforço do Congresso Nacional em revisitar a legislação eleitoral, por meio do PLP nº 112/2021.

A proposta legislativa empreende tarefa de fôlego ao promover o cotejo das leis eleitorais de maior aplicação cotidiana, aferindo sua aplicabilidade e compatibilidade com o sistema eleitoral que o Congresso Nacional, enquanto representante do povo brasileiro e dos 26 Estados e do Distrito Federal, entende oportunos e necessários para a modernização das normas que regem as eleições brasileiras.

Ao resultado, corporificado na nova consolidação da legislação eleitoral, incumbe a missão primordial e essencial de refletir a compreensão e os desejos da sociedade brasileira quanto à forma das eleições, à regularidade de seus atos e à legitimidade inquestionável de seus resultados.

É o que desejamos todos, eleitoralistas, brasileiras e brasileiros. ■



IMPULSIONAMENTO NA PRÉ-CAMPANHA E NA CAMPANHA

Por Marina Nery

Como fazer uma campanha de sucesso, com poucos recursos e com eleitores empenhados? Esta é a grande dúvida dos candidatos. Com certeza, a internet é uma forma de facilitar o diálogo com o eleitorado e encurtar caminhos, de se fazer conhecer e dar mais equidade entre os que disputarão o pleito de 2022.

Por isso, o impulsionamento de campanha se torna um recurso valioso quando o assunto é causar impacto, ampliar resultados e tornar sua mensagem mais eficaz. Assim, segmentando seu público, o político pode conversar com diferentes pessoas, atingir maior audiência em seus posts, direcionar seu público para landing pages específicas, fortalecer sua “brand” e captar mais “leads”.

PROPAGANDA ELEITORAL

Oficialmente, a data em que a propaganda eleitoral começa é 16 de agosto. Mas, antes desse período, de acordo com a Resolução do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) nº 23.671/21, o impulsionamento de conteúdo na internet é permitido a partir da pré-campanha, desde que respeite critérios como: não conter pedido de voto, respeitar os limites de gastos de até 10% da campanha, não haver disparos em massa, não conter notícias falsas ou distorcidas, nem difamação a outros pré-candidatos.

Vale destacar que apenas as empresas cadastradas na Justiça Eleitoral poderão realizar o impulsionamento de propaganda eleitoral, uma vez que é necessário identificar quem contratou os serviços e fazer a prestação de contas da campanha.

Esta previsão está contida no artigo 29 da Resolução nº 23.610/2019, com as alterações posteriores.

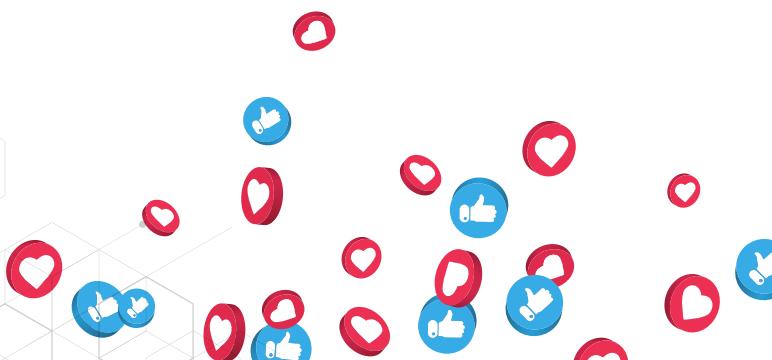
O provedor de aplicação que pretenda prestar o serviço de impulsionamento de propaganda deverá se cadastrar na Justiça Eleitoral até o dia 20 de julho.

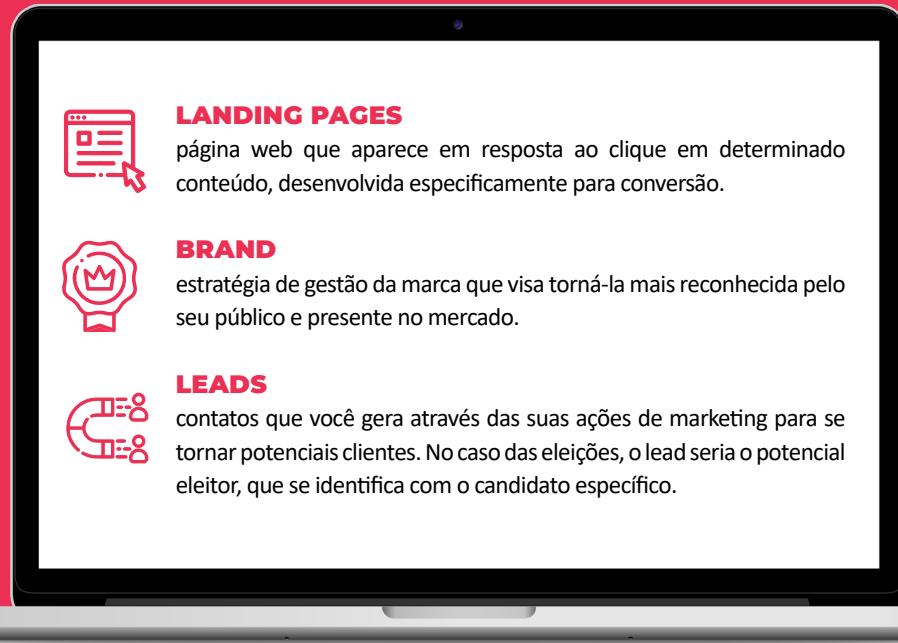
IMPORTÂNCIA DO IMPULSIONAMENTO

Seja para gerar tráfego, cadastro, conhecimento ou fazer pesquisa, os anúncios na pré-campanha são usados para potencializar o conteúdo, respeitando uma estratégia de marketing digital, com o objetivo de atingir mais pessoas possivelmente interessadas naquele conteúdo.

Assim, os pré-candidatos que ainda não investem ou não sabem como fazê-lo, podem utilizar este mecanismo para largar na frente e amplificar seu discurso, junto a um profissional ou equipe qualificada e capazes de distribuir os conteúdos nos segmentos corretos, sendo esta uma alternativa que pode ter um bom custo benefício, se comparado com panfletagem, por exemplo.

Personas - representação fictícia do cliente ideal de uma marca, baseada em dados reais e utilizado como ferramenta de segmentação do marketing. No marketing político seria o perfil do potencial votante.





Paulo Victor
Rockn Agência de Resultados

O ESPECIALISTA RESPONDE

Para entendermos um pouco mais do assunto, tivemos um bate-papo com o especialista em impulsionamento de campanhas eleitorais, **empresário e dono da Rockn Agência de Resultados, Paulo Victor.**

Paulo, por que vale impulsionamento na pré-campanha?

“Porque o impulsionamento promove o relacionamento prévio com a audiência do candidato, fazendo com que o seu conteúdo chegue a mais pessoas. Uma maneira de fazer isso é criar uma interação e direcionar esse público para um canal externo, para que o mesmo possa preencher um cadastro no youtube ou telegram, por exemplo, e assim identificar os potenciais eleitores. Durante a campanha, o processo deve ser de lembrar esta audiência que o candidato está concorrendo, disparar lembretes, engajar o público e buscar apoio e voto”.

Na sua opinião, quais são as limitações, vantagens e desvantagens do impulsionamento pago?

“Sem dúvida, há uma grande vantagem em se fazer o impulsionamento, pois é uma campanha mais assertiva, onde sua audiência é selecionada e combina com a sua causa, compartilha de interesses comuns e não é um tiro no escuro. Quanto à desvantagem, temos a burocracia dos processos por causa de uma série de determinações do TSE, que devem ser seguidas. Então, para impulsionar um post normal demora-se dias, por exemplo de uma loja de roupas, enquanto que um impulsionamento para um post de candidato pode levar semanas para ser aprovado e postado”.

Quais são as principais ferramentas e as mais recomendadas para fazer impulsionamento?

Eu sugiro sempre começar trabalhando com as principais redes, que são o Facebook e Instagram. Mas temos outras menos exploradas, como Youtube e Tik Tok. Em todas elas podemos fazer anúncios, porém a limitação está no gasto total, que pode variar de acordo com o orçamento de campanha de cada candidato. ■



CAMPANHA ELEITORAL 2022:

Ferramentas e Estratégias Digitais para se Conectar com Milhares de Eleitores em Pouco Tempo

Nas últimas três eleições federais (2010, 2014, 2018) a tecnologia vem se destacando timidamente nas campanhas eleitorais. Isso porque apesar das inúmeras ferramentas e estratégias digitais, a maioria dos candidatos e suas equipes ficam restritos as velhas práticas de marketing eleitoral.

A PRINCIPAL ESTRATÉGIA PARA SE ELEGER

Ao contrário do que muitos pensam, não basta apenas fazer postagens em redes sociais e aguardar seguidores, curtidas e comentários – o que não tem comprovação científica de garantia de votos.

Nesse contexto, a primeira estratégia definitiva para se obter a eleição é a antecipação. Essa é uma estratégia milenar que nunca ficou obsoleta.

Em qualquer livro de administração e marketing, os autores sempre fazem menção a importância do tempo – antecipação - para se fazer um bom plano de ação.

Por isso, quem não planeja tem destino. E quem planeja tem futuro!

FERRAMENTAS DIGITAIS PARA SUA CAMPANHA ELEITORAL

Depois do entendimento sobre a importância do tempo para se fazer um bom planejamento, é possível pensar em quais ferramentas e estratégias digitais o candidato poderá usar em uma pré campanha e campanha eleitoral com o objetivo de amplificar a sua imagem na internet.

O Brasil é um dos grandes celeiros de especialistas em marketing digital no mundo. Só para se ter um exemplo; os gastos com publicidade digital no Brasil, segundo a empresa Statistica - líder de dados de mercado e consumidores - totalizaram R\$ 23,7 bilhões em 2020, acima dos R\$ 16 bilhões do ano anterior. Isso representa um aumento de 48% em um período de dois anos. Mas isso é apenas para o mercado empresarial.



Anderson Alves é especialista em Marketing Digital Político Eleitoral.

Anderson Alves é especialista em Marketing Digital Político Eleitoral. Criador da Inovação Política, elegeu juntamente com seus consultores mais de mil candidatos nas eleições de 2020. Juntos já treinaram pessoas de todos os partidos políticos brasileiros e elegeram candidatos de vereador a presidente no Brasil e exterior.

Para o mercado político, ainda estamos muito longe de ser uma grande potência em ações de marketing digital eleitoral. Por outro lado, as oportunidades são muitas para aqueles que desejam se especializar em estratégias de marketing político digital e prestar consultoria para candidatos e parlamentares.

Diante dos avanços tecnológicos, você candidato(a) pode fazer uma pergunta: **O que realmente vai ajudar na minha campanha eleitoral digital?** Eu selecionei 5 ferramentas para você usar imediatamente na sua estratégia eleitoral digital para se conectar com milhares de eleitores de forma segmentada:

- ▶ **Gestão de tráfego pago** – anúncios em redes sociais e internet. A estratégia mais rápida e que permite o candidato se conectar com milhares de pessoas de forma segmentada e mais assertiva.

- ▶ **Equipe de atendimento** – sim, sem eles o seu trabalho ficara restrito apenas a postagens de figurinhas nas redes sociais
- ▶ **MobZapp** – uma plataforma de gestão de contatos e envios de mensagens que usa o Whatsapp
- ▶ **Multilive** – um aplicativo único de live simultânea compartilhada
- ▶ **Polis Street** – um aplicativo poderoso que mede o quanto o seu trabalho está sendo produtivo e quantas pessoas estão efetivamente aderindo a sua campanha eleitoral.

GESTÃO DE TRÁFEGO PAGO (IMPULSIONAMENTO)

Segundo dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), até o dia 1º de novembro nas eleições de 2020, foram gastos com impulsionamento de conteúdo em redes sociais mais de R\$ 33 milhões de reais.

Hillary Clinton, candidata nas eleições americanas de 2016, investiu mais de US\$ 30 milhões em anúncios digitais na reta final da sua campanha. Ela tinha uma estratégia digital robusta. Produziu milhares de vídeos de resposta rápida e montou uma equipe de atendimento ao eleitor para ajudar as pessoas com suas perguntas sobre suas propostas.

Definitivamente, se você quer avançar mais rápido nos próximos meses que restam para as eleições, é imperativo que use a estratégia de tráfego pago, ou seja, fazer impulsionamento de suas propostas e projetos (vídeos e imagens) nas principais redes sociais.

Infelizmente, os candidatos brasileiros ainda deixam muito a desejar no quesito estratégia digital. Se contentam apenas com o que chamo de métrica da vaidade. A ânsia por aumentar seguidores, curtidas, visualizações e alcance. O que estatisticamente, não está comprovado como sinônimo de votos.

A publicidade online é a estratégia mais inteligente de uma campanha eleitoral, simplesmente porque você pode direcionar os seus anúncios para públicos com interesses específicos. Configurar locais, idade, sexo e mostrar o seu conteúdo para milhares de eleitores em pouco tempo.

Além disso é possível testar, de forma rápida, o interesse do eleitor com esses anúncios. É um tipo de pesquisa que o candidato já pode fazer desde agora. Quanto mais testes são feitos, mais

oportunidades um candidato tem de encontrar a melhor configuração para atingir eleitores com interesses reais em seus projetos executados e propostas.

Por exemplo, nós da Inovação Política fizemos uma campanha online de 45 dias e cadastramos mais de 23 mil pessoas nesse período. Usando apenas o Facebook Ads e Google Ads que são as plataformas que concentram o maior número de usuários no Brasil.

Então, considere agora mesmo trabalhar com as plataformas de anúncios que podem ser usadas na pré e campanha eleitoral. Todas estão de acordo com o artigo 36-A da Lei 9.504/97 que estabelece as normas para as eleições; Google Ads, Facebook Ads, Tik Tok Ads, Pinterest Ads, Twitter Ads, LinkedIn Ads, Native Ads e Mídia programática.

EQUIPE DE ATENDIMENTO DIGITAL

A estratégia mais comum usada em campanhas eleitorais digitais está restrita apenas em tentar conquistar seguidores e curtidas em posts em feeds ou stories. Isso está longe de ser uma ação digital concreta que promova a construção de uma base de eleitores sólida. Mais do que apenas postar e aguardar curtidas e comentários, é preciso atender as pessoas que se envolvem com as publicações.

Responder comentários. Direcionar as pessoas para um blog ou landing page de uma causa específica para que possam conhecer as propostas dos candidatos e manter um relacionamento semanal com eles.

Esse trabalho deve ser feito nas redes sociais, Whatsapp e e-mail marketing conforme a estratégia e aderência do público alvo.

O WHATSAPP CONTINUA O NÚMERO UM EM CONEXÃO COM OS ELEITORES

O Brasil é o segundo país no mundo em número de usuários no WhatsApp com quase 120 milhões de contas, atrás apenas da Índia. De acordo com dados do site Statista, 96% dos brasileiros usam o WhatsApp.

Mas como gerenciar milhares de contatos e envios de mensagens em apenas um celular? O Whatsapp, por exemplo, criou várias restrições para evitar

envios de mensagens spam como; número limitado de envios em grupos, número limitado de reenvio entre outros.

Como resposta temos, por exemplo, o MobZapp. Com mais de 27 mil clientes é uma plataforma que permite fazer a gestão de contatos e envios de mensagens. A plataforma está de acordo com as regras da LGPD-Lei Geral de Proteção de Dados, TSE e WhatsApp/Facebook Oficial.

O MobZapp permite a gestão de atendimentos de contatos com capacidade de automação, enriquecimento e análise de dados online via WhatsApp.

Oferece dezenas de funcionalidades exclusivas de gestão além de produzir relatórios com os dados necessários para tornar a administração de uma campanha eleitoral ou mandato político muito mais eficiente.

Vale lembrar que as mensagens só podem ser enviadas via cadastro opt in, ou seja, a pessoa para receber a mensagem deve ter solicitado o cadastro na plataforma. Em hipótese nenhuma é possível importar lista de números de Whatsapp para tentar fazer envios em massa.

Mas se um candidato tiver 10, 30, 50, 100 mil contatos ou mais cadastrados, poderá enviar mensagens para esses números normalmente e de uma só vez ou por segmentos que desejar. Existem outros sistemas similares disponíveis no mercado.

MULTILIVE A SUA TV NO INSTAGRAM, FACEBOOK E YOUTUBE SIMULTANEAMENTE

A maior novidade para essas eleições de 2022 sem dúvida é MultiLive. Aplicativos de streaming que possibilita a comunicação com grandes audiências por meio da transmissão simultânea de LIVES, em dezenas, centenas e até milhares de perfis, páginas, grupos de Facebook, contas de Instagram e canais de YouTube.

Para criar uma rede de transmissão de live sem precisar compartilhar links, basta enviar um convite para amigos, lideranças, militantes cadastrarem suas redes.

Uma vez cadastrados, quando o candidato iniciar uma live, automaticamente será compartilhada

nas contas cadastradas e todos os seguidores e inscritos serão notificados ao mesmo tempo.

Essa tecnologia, faz da Multilive o único aplicativo no mundo capaz de fazer esse tipo de ação.

SAIBA COMO ESTA O PROGRESSO DA SUA CAMPANHA COM O POLIS STREET

Completando o arsenal de ferramentas para fazer uma campanha eleitoral digital impactante e com o monitoramento em tempo real das pessoas que verdadeiramente estão aderindo ao apelo do candidato, o Polis Street é o aplicativo capaz de gerenciar toda campanha ou mandato.

Com mais de 20 anos no mercado político, é o primeiro aplicativo, do Brasil, que foi desenvolvido para visualizar os números de uma campanha em tempo real.

É possível gerenciar lideranças, verificar o progresso do trabalho de cada uma, além de executar várias outras funções que permitem checar se as pessoas cadastradas estão mesmo interessadas em votar no candidato.

MAIS IMPORTANTE QUE A VELOCIDADE É A DIREÇÃO

Agora que você conhece as principais ferramentas e que são tendências mundiais em gestão de campanhas eleitorais digitais é importante fazer o planejamento correto para a devida aplicação dessas estratégias.

Vale lembrar que se o seu conteúdo (projetos realizados comprovados, propostas) não estiver alinhando ao interesse do eleitor, de nada adianta fazer anúncios e ter equipe de atendimento.

O candidato deve ter uma liderança reconhecida e trabalhos sócias que comprovam que tem autoridade para ser uma parlamentar capaz de representar os interesses do estado. ■

QUER SABER MAIS?

Para assistir uma apresentação com todas essas ferramentas e estratégias, entre em contato no **Instagram @inovacao.politica ou Whatsapp 61 99458-5582. Sucesso!**

CALENDÁRIO ELEITORAL

Em 16 de agosto tem início a propaganda eleitoral, até 1º de outubro de 2022, que inclui a realização de comícios, distribuição de material gráfico, caminhadas ou propagandas na internet. Já em 26 de agosto até 29 de setembro de 2022, será veiculada a propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão relativa ao primeiro turno. Até a antevéspera das eleições, são permitidas a divulgação paga e a reprodução na internet do jornal impresso.



▷ 1º DE ABRIL - SEXTA-FEIRA

Em 16 de agosto tem início a propaganda eleitoral, até 1º de outubro de 2022, que inclui a realização de comícios, distribuição de material gráfico, caminhadas ou propagandas na internet. Já em 26 de agosto até 29 de setembro de 2022, será veiculada a propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão relativa ao primeiro turno. Até a antevéspera das eleições, são permitidas a divulgação paga e a reprodução na internet do jornal impresso.

▷ 2 DE ABRIL - SÁBADO (06 MESES ANTES)

Data limite para federações e partidos obterem registro de seus estatutos no Tribunal Superior Eleitoral; para candidatos terem domicílio eleitoral na circunscrição na qual desejam concorrer. Também é o último dia para a renúncias de mandatos de prefeitos e governadores que irão pleitear outro cargo.

▷ 5 DE ABRIL - TERÇA-FEIRA (180 DIAS ANTES)

Último dia para os diretórios nacionais dos partidos ou das federações publicarem, no Diário Oficial da União, as normas para a escolha e substituição de candidatas e candidatos e para a formação de coligações.

▷ 4 DE MAIO - QUARTA-FEIRA (151 DIAS ANTES)

Data limite para a solicitação de título de eleitor e alterações cadastrais.

▷ 11 DE MAIO - QUARTA-FEIRA

Data a partir da qual, até 13 de maio de 2022, será realizado o Teste de Confirmação das correções aplicadas decorrentes dos resultados obtidos no Teste Público de Segurança ocorrido no período de 22 a 27 de novembro de 2021.

▷ 15 DE MAIO - DOMINGO

Início da arrecadação prévia de recursos na modalidade de financiamento coletivo.

▷ 30 DE MAIO - SEGUNDA-FEIRA

O Tribunal Superior Eleitoral publicará a documentação produzida e conclusões da Comissão Avaliadora dos Testes Públicos de Segurança.

▷ 1º DE JUNHO - SEGUNDA-FEIRA

Data-limite para que os partidos políticos comuniquem ao Tribunal Superior Eleitoral a renúncia ao Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC).

▷ 5 DE JUNHO - DOMINGO

Data a partir da qual a Justiça Eleitoral deve tornar disponível aos partidos políticos a relação de devedores de multa eleitoral, a qual embasará a expedição das certidões de quitação eleitoral.

▷ 16 DE JUNHO - QUINTA-FEIRA

Data até a qual o Tribunal Superior Eleitoral divulgará o montante de recursos disponíveis no Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC).

▷ **30 DE JUNHO - QUINTA-FEIRA**

Data a partir da qual é vedado às emissoras de rádio e de televisão transmitir programa apresentado ou comentado por pré-candidata ou pré-candidato.

▷ **2 DE JULHO - SÁBADO (3 MESES ANTES)**

Data a partir da qual são vedadas aos agentes públicos condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre candidatas e candidatos nos pleitos eleitorais; à realização de inaugurações e a contratação de shows artísticos pagos com recursos públicos. (Lei nº 9.504/1997 e Res.-TSE nº 23.610).

▷ **4 DE JULHO - SEGUNDA-FEIRA (90 DIAS ANTES)**

Último dia para o TSE realizar audiência com as entidades interessadas em divulgar os resultados da eleição e apresentar as definições do modelo de distribuição e os padrões tecnológicos e de segurança exigidos para a divulgação dos resultados.

▷ **5 DE JULHO - TERÇA-FEIRA**

Data a partir da qual, em até 15 (quinze) dias antes das convenções partidárias, é permitido ao pré-candidato realizar propaganda intrapartidária, vedado o uso de rádio, televisão outdoor, devendo a propaganda ser removida imediatamente após a convenção.

▷ **11 DE JULHO -SEGUNDA-FEIRA**

Data em que o Tribunal Superior Eleitoral divulgará, na internet, o quantitativo de eleitoras e eleitores por município, para fins do cálculo do limite de gastos e do número de contratações diretas ou terceirizadas de pessoal para prestação de serviços referentes a atividades de militância e mobilização de rua nas campanhas eleitorais.

▷ **12 DE JULHO - TERÇA-FEIRA**

Data a partir da qual, até 18 de agosto, o eleitor poderá habilitar-se perante a Justiça Eleitoral para votar em trânsito.

▷ **18 DE JULHO - SEGUNDA-FEIRA**

Data a partir da qual, até 18 de agosto, a eleitora ou o eleitor com deficiência ou mobilidade reduzida poderá habilitar-se perante a Justiça Eleitoral para votar em outra seção ou local de votação da sua circunscrição.

▷ **20 DE JULHO - QUARTA-FEIRA**

Data a partir da qual, até 5 de agosto, é permitida a realização de convenções destinadas a deliberar sobre coligações e a escolher candidatos.

Data a partir da qual a Justiça Eleitoral encaminhará à Secretaria da Receita Federal do Brasil o pedido de inscrição no CNPJ das candidaturas cujos registros tenham sido requeridos pelos partidos políticos, federações ou coligações, o qual deverá ser atendido em até 3 (três) dias úteis.

Último dia para a Justiça Eleitoral dar publicidade aos limites de gastos estabelecidos em lei para cada cargo eletivo em disputa.

Data a partir da qual os partidos políticos e candidatos, após o registro de CNPJ e abertura de conta bancária, deverão enviar à Justiça Eleitoral, os dados sobre recursos financeiros recebidos para financiamento de sua campanha eleitoral.

▷ **5 DE AGOSTO - SEXTA-FEIRA**

Último dia para a realização de convenções pelos partidos políticos e pelas federações destinadas a deliberar sobre coligações e a escolher candidatos.

▷ **6 DE AGOSTO - SÁBADO**

Emissoras de rádio e TV ficam proibidas de veicular propaganda política ou dar tratamento privilegiado a candidatos, partidos ou federações.

▷ **12 DE AGOSTO - SEXTA-FEIRA**

Data final para que o TSE publique tabela com a representatividade do Congresso Nacional, efetivadas até 20 de julho de 2022, para fins de divisão do tempo de propaganda eleitoral gratuito no rádio, na televisão e também dos debates entre candidatas e candidatos.

▷ **15 DE AGOSTO - SEGUNDA-FEIRA**

Último dia para o registro de candidaturas e para a abertura de conta bancária específica destinada ao recebimento de doações de pessoas físicas.

▷ **16 DE AGOSTO - TERÇA-FEIRA**

Início da propaganda eleitoral, até 1º de outubro de 2022, que inclui a realização de comícios,

distribuição de material gráfico, caminhadas ou propagandas na internet.

► **21 DE AGOSTO - DOMINGO**

Último dia para os tribunais eleitorais, junto com os partidos políticos e as federações e a representação das emissoras de rádio e de televisão, elaborarem plano de mídia para uso da parcela do horário eleitoral gratuito a que tenham direito.

► **26 DE AGOSTO - SEXTA-FEIRA (37 DIAS ANTES)**

Data a partir da qual, até 29 de setembro de 2022, será veiculada a propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão relativa ao primeiro turno.

► **9 DE SETEMBRO - SEXTA-FEIRA**

► Data a partir da qual, até 13 de setembro de 2022, os partidos políticos e candidatos deverão enviar à Justiça Eleitoral a prestação de contas parcial constando o registro da movimentação financeira e/ou estimável em dinheiro ocorrida desde o início da campanha até 8 de setembro.

► **12 DE SETEMBRO - SEGUNDA-FEIRA**

► **(20 DIAS ANTES)**

Data em que todos os pedidos de registro, inclusive os impugnados e os respectivos recursos, devem estar julgados pelos tribunais regionais eleitorais, e publicadas as respectivas decisões. Último dia para o pedido de substituição de candidatas ou de candidatos para os cargos majoritários e proporcionais.

► **15 DE SETEMBRO - QUINTA-FEIRA**

► Data em que será divulgada, na internet, a prestação de contas parcial da campanha das candidatas, dos candidatos e dos partidos políticos com a indicação dos nomes, do CPF ou CNPJ dos doadores e dos respectivos valores doados, observadas as diretrizes para tratamento de dados pessoais.

► **17 DE SETEMBRO - SÁBADO (15 DIAS ANTES)**

► Data a partir da qual nenhuma candidata ou candidato poderá ser detido(a) ou preso(a), salvo em flagrante delito.

► **29 DE SETEMBRO - QUINTA-FEIRA**

► **(3 DIAS ANTES)**

► Último dia para a divulgação da propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão relativa

ao primeiro turno, para propaganda política mediante reuniões públicas ou promoção de comícios e utilização de aparelhagem de sonorização fixa e para a realização de debate no rádio e na televisão.

► **30 DE SETEMBRO - SEXTA-FEIRA**

► **(2 DIAS ANTES)**

Último dia para divulgação paga, na imprensa escrita, e reprodução, na internet, de jornal impresso.

► **1º DE OUTUBRO - SÁBADO (1 DIA ANTES)**

► Último dia para a propaganda eleitoral mediante alto-falantes ou amplificadores de som, para a distribuição de material gráfico, caminhada, carreata ou passeata, acompanhados ou não por carro de som ou minitriô.

► **2 DE OUTUBRO - DOMINGO**

► **DIA DAS ELEIÇÕES (primeiro turno)**

► **7 DE OUTUBRO - SEXTA-FEIRA**

► Data a partir da qual, até 28 de outubro de 2022, será veiculada propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão relativa ao segundo turno.

► **30 DE OUTUBRO - DOMINGO**

► **DIA DAS ELEIÇÕES (segundo turno) ■**



SAVE THE DATE

REFO



RUMO AO PARLAMENTO DO FUTURO



UNALE
UNIÃO NACIONAL DOS LEGISLADORES
E LEGISLATIVOS ESTADUAIS

RECIFE



9 A 11 DE NOVEMBRO

RECIFE - PERNAMBUCO

UNALE

25+

Mais de 25 anos fortalecendo o Parlamento Estadual

**Acesse o QR CODE com
a câmera do seu celular
e saiba mais.**



-  /unaleoficial
-  @unaleoficial
-  TV Unale
-  @unaleoficial
-  Unale Legislativos Estaduais



UNALE
UNIÃO NACIONAL DOS LEGISLADORES
E LEGISLATIVOS ESTADUAIS

O MELHOR ANTÍDOTO CONTRA A DESINFORMAÇÃO É A INFORMAÇÃO DE QUALIDADE

Receba informações oficiais, checadas e verídicas
sobre o processo eleitoral e as Eleições 2022

NO SEU
TELEGRAM



Aponte a câmera



PELO
WHATSAPP



Aponte a câmera

E compartilhe **verdades**
com os conteúdos da
Justiça Eleitoral

ELEIÇÕES
2022
#seuvotofazopáis

90 ANOS DA
JUSTIÇA
ELEITORAL
90 ANOS EM AÇÃO PELA DEMOCRACIA