

CARTILHA ELEITORAL PARA CANDIDATAS INDÍGENAS



**BANCADA
DO COCAR**



Articulação
Nacional das
Mulheres
Indígenas
Guerreiras da
Ancestralidade



**Cravo
& Santana**



PECCININ & ALESSI
ADVOCACIA

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. FEDERAÇÕES PARTIDÁRIAS	4
3. PROPAGANDA ELEITORAL	6
3.1. Desinformação e inteligência artificial na propaganda eleitoral	6
3.2. Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) na propaganda eleitoral	9
3.3. Propaganda eleitoral impressa	12
3.4. Propaganda eleitoral na internet	12
3.5 Permissões e vedações na propaganda eleitoral.	18
4. ARRECADAÇÃO E GASTOS DE CAMPANHA	25
4.1 Arrecadação eleitoral.	25
4.2. Contas bancárias	26
4.3 Recibos eleitorais	27
4.4. Doações	28
4.5. Gastos	29
4.6. Prestação de contas	31

1. INTRODUÇÃO

Em 2021, a ANMIGA foi nomeada como a nossa representação das Mulheres Indígenas no Estado Brasileiro, resultado de anos de luta por mais espaço para as nossas vozes e por maior representatividade dentro e fora dos territórios

Nas últimas décadas, a luta das mulheres indígenas no Brasil tornou-se cada vez mais urgente, exigindo organização. Dessa forma, a ANMIGA construiu espaços de resistência e resiliência diante dos desafios cotidianos. Foram realizados encontros com todas as mulheres indígenas guerreiras da ancestralidade, após três marchas potentes e uma caravana que percorreu os territórios dos seis biomas do Brasil para fortalecer a representatividade na diversidade intergeracional e, assim, consolidando a Construção da Bancada do Cocar.

A Bancada do Cocar é um chamado da Terra, liderada pelas Mulheres Indígenas Biomas, que pauta a luta dos povos originários do Brasil por meio da ANMIGA, e que vem com a proposta de ecoar e ampliar o poder das mulheres no parlamento. A Bancada do Cocar nasce da luta aguerrida e incansável das mulheres indígenas, que buscam ocupar espaços de poder e de tomada de decisão, desafiando-se a sair do chão dos territórios para o Congresso Nacional. Elas reconhecem a importância de se posicionarem na política ins-

titucional, participando de forma efetiva e direta das decisões do país, com a cor, a luta e a garra das primeiras brasileiras, as Mulheres Indígenas.

Temos o grande desafio de continuar buscando, apoiando e fortalecendo a participação de mais mulheres indígenas nas câmaras, prefeituras e no Congresso Nacional. Nosso objetivo é ecoar as vozes dos territórios, garantir a preservação da saúde ancestral e da identidade cultural. Não se trata apenas de igualdade, mas de equidade; não é por cargos ou privilégios, mas pela continuidade institucional da luta dos povos indígenas.

Desde 2021, pela Bancada do Cocar, caminhamos juntas no mapeamento, formação, construção, planejamento e execução da jornada das candidaturas indígenas que atuam e defendem as nossas pautas. As regras eleitorais ainda apresentam muitos desafios em relação às nossas especificidades como povos indígenas, e esta cartilha é fundamental para o letramento político dos povos originários, fortalecendo especificamente as candidaturas das mulheres indígenas.

Esta cartilha eleitoral foi produzida pela ANMIGA, em parceria com os escritórios Cravo & Santana - Advocacia e Peccinin & Alessi - Advocacia.

2. FEDERAÇÕES PARTIDÁRIAS

Você sabe o que é uma federação?

A Lei nº 14.208/2021 alterou a Lei Eleitoral (Lei nº 9.504/97) e a Lei dos Partidos Políticos (Lei nº 9.096/95) para inserir a **federação dos partidos** como a união de dois ou mais partidos registrados no TSE, por um período mínimo de quatro anos, para concorrer a cargos eletivos majoritários e proporcionais e para atuarem durante a legislatura no parlamento. Apesar de manterem sua autonomia, as agremiações agora deverão **funcionar como um bloco por todo o mandato**, além da obrigatoriedade de atuarem dessa forma em âmbito nacional.

Do número de vagas requeridas, cada partido, federação ou coligação preencherá o **mínimo de 30% e o máximo de 70% para candidaturas de cada gênero**, conforme declarado no respectivo registro de candidatura (art. 17, § 5º), sob pena de indeferimento do DRAP – Demonstrativo de Regularidade de Atos Partidários e da apuração de fraude à cota legal.

No caso de federação, a verificação do cumprimento da cota de gênero (item anterior) será realizada tanto na listagem de candidaturas globalmente considerada, quanto nas indicações feitas por cada partido para sua composição.

Apesar disso, nem sempre os partidos observam a regra e tentam fingir que seguíram. Veja como eles tentam simular que obedeceram à norma:

FRAUDE À COTA DE GÊNERO

A Súmula TSE nº 73 determina quais elementos configuram fraude à cota de gênero, sendo eles:

- > votação zerada ou inexpressiva;
- > prestação de contas zerada, padronizada ou ausência de movimentação financeira relevante;
- > ausência de atos efetivos de campanha, divulgação ou promoção da candidatura de terceiros

Se houver fraude, as consequências são:

- > cassação do Demonstrativo de Regularidade de Atos Partidários (DRAP) da legenda e dos diplomas dos candidatos a ele vinculados, independentemente de prova de participação, ciência ou anuência;
- > inelegibilidade daqueles que praticaram ou anuíram com a conduta, nas hipóteses de Ação de Investigação Judicial Eleitoral (AIJE);
- > nulidade dos votos obtidos pelo partido, com a recontagem dos quocientes eleitoral e partidário.

HIPÓTESES DE SUBSTITUIÇÃO

As hipóteses para substituição de candidatas são:

- > registro indeferido;
- > cancelado;
- > cassado;
- > renúncia;
- > falecimento;

Tanto nas eleições majoritárias quanto nas proporcionais, a substituição somente deve ser efetivada se o novo pedido for apresentado até **20 (vinte) dias antes do pleito** (ou seja, antes da eleição), exceto no caso de falecimento da candidata, quando a substituição poderá ser efetivada após esse prazo.

3. PROPAGANDA ELEITORAL

(Resolução n. 23.610/2019, atualizada pela Resolução n. 23.732/2024)

A propaganda eleitoral está permitida **desde o dia 16 de agosto de 2024**.

Toda propaganda eleitoral (impressa, digital, no rádio ou televisão) **deve ser feita em língua nacional** e mencionar:

- > Nome da candidata.
- > Nome da candidata a vice em tamanho não inferior a 30% ao nome da candidata a prefeita.
- > A legenda partidária, sendo:
 - Nas campanhas majoritárias, o nome da federação, se houver, e a coligação com todas as siglas que a compõem;
 - Nas campanhas proporcionais, a sigla do partido da candidata ou, em caso de federações, o nome da federação, com todas as siglas que a compõem.

IMPORTANTE: No caso de composição de coligação com federação, deverá constar o nome da federação e de todos os partidos políticos que a compõem.

3.1. Desinformação e inteligência artificial na propaganda eleitoral

Esse é um grande problema que estamos enfrentando nos últimos anos, não é? Especialmente nós, mulheres, acabamos sofrendo difamações baseadas em mentiras e montagens. Por isso, vamos olhas com cuidado para essas regras não apenas para seguirmos em nossas campanhas, mas também para podermos denunciar quando outra(o) candidata(o) descumprilas.

O Tribunal Superior Eleitoral está focado em combater a **desinformação na propaganda eleitoral** e determina que as candidaturas, partidos políticos, federações e coligações chequem se uma informação utilizada na propaganda eleitoral é verdadeira ou não.

Eu posso usar inteligência artificial no meu material de campanha?

Pode sim, mana, mas observe a Resolução do TSE nº 23.732/24 que regulamenta a utilização de conteúdo gerado por inteligência artificial determinando que a sua utilização impõe o dever ao responsável de **informar, de modo explícito, destacado e acessível que o conteúdo foi fabricado ou manipulado e a tecnologia utilizada**, em formato compatível com o tipo de veiculação:

- > no início das peças ou da comunicação feitas por áudio;
- > por rótulo (marca d'água) e na audiodescrição, nas peças que consistam em imagens estáticas;
- > no início das peças ou da comunicação e por rótulo (marca d'água) e na audiodescrição, nas peças ou comunicações feitas por vídeo ou áudio e vídeo;
- > em cada página ou face de material impresso em que utiliza o conteúdo produzido por IA.

O uso de *chatbots*, avatares e conteúdos sintéticos como artifício para intermediar a comunicação de campanha com pessoas naturais submete-se aos requisitos acima.

Preste atenção, mana, que nem tudo entra nos requisitos acima, que **não serão exigidos** nas seguintes hipóteses:

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

- > 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.

Abaixo você encontra as hipóteses de **proibições** ao uso de Inteligência Artificial. É proibido:

- > qualquer simulação de interlocução (diálogo, conversa, bate-papo, etc.) com a pessoa candidata ou outra pessoa real;
- > utilização, na propaganda eleitoral, qualquer que seja sua forma ou modalidade, de conteúdo fabricado ou manipulado para difundir fatos notoriamente inverídicos ou descontextualizados com potencial para causar danos ao equilíbrio do pleito ou à integridade do processo eleitoral;
- > utilização, 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).

IMPORTANTE: O uso de *deep fake* ou de propaganda eleitoral com conteúdo fabricado ou manipulado para difundir fatos notoriamente falsos ou descontextualizados com potencial para causar danos ao equilíbrio do pleito ou à integridade do processo eleitoral configura **abuso do poder político e uso indevido dos meios de comunicação social!** A consequência pode ser a cassação do registro ou do mandato, e impõe apuração das responsabilidades, sem prejuízo de aplicação de outras medidas cabíveis quanto à irregularidade da propaganda e à ilicitude do conteúdo.

3.2. Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) na propaganda eleitoral

A Lei Geral de Proteção de Dados (Lei n. 13.709/2018) determina que deve ser respeitada a finalidade para a qual o dado pessoal foi coletado, e isso também está previsto nas resoluções eleitorais.

A normativa do TSE estabelece que cabe a candidatas, candidatos, partidos, federações ou coligações, disponibilizar ao titular informações sobre o tratamento de seus dados e um canal de comunicação, claro e acessível nos endereços eletrônicos utilizados para fins de propaganda eleitoral, que o permita obter a confirmação da existência desse tratamento e da possibilidade de eliminação de dados, descadastramento e demais direitos previstos no art. 18 da LGPD.

No caso de publicização, será necessário, também, informar **previamente o titular dos dados** tornados manifestamente públicos em propaganda eleitoral para que seja possível que o seu titular se oponha, se assim desejar, à sua divulgação.

A partir da Resolução TSE nº 23.732/2024, os partidos políticos, as federações e as coligações poderão 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 candidatas e os candidatos que se utilizem dos serviços contratados.

IMPORTANTE: O canal de comunicação e o nome do encarregado de tratamento de dados pessoais serão divulgados pela Justiça Eleitoral junto às informações da candidatura.

A nova resolução prevê que nas **eleições em Municípios com menos de 200.000** eleitores, os partidos políticos, as federações, as coligações, as candidatas, os candidatos serão considerados agentes de tratamento de pequeno porte aplicando-se o disposto na Resolução CD/ANPD n. 2/2022, em especial:

- > dispensa de indicar encarregado pelo tratamento de dados pessoais, mantida a obrigação de disponibilizar canal de comunicação; e
- > faculdade de 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.

Além disso, cabe aos provedores de aplicação, aos partidos políticos, às federações, às coligações, às candidatas ou aos candidatos, quando realizarem tratamento de dados pessoais para fins de propaganda eleitoral:

- > 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;
- > garantir o cumprimento dos direitos previstos nos arts. 17 a 20 da Lei nº 13.709/2018;
- > adotar as medidas necessárias para a proteção contra a discriminação ilícita e abusiva;
- > usar os dados exclusivamente para as finalidades explicitadas e consentidas pela pessoa titular, respeitando os princípios da finalidade, da necessidade e da adequação;

- > 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;
- > notificar, em caso de incidentes de segurança que possam acarretar riscos ou danos relevantes aos titulares dos dados, a autoridade nacional e aos titulares afetados;
- > o tratamento de dados pessoais sensíveis ou de dados pessoais que possam revelar dados pessoais sensíveis também exige o consentimento específico, expresso e destacado do titular;
- > exigir e fiscalizar o cumprimento das exigências já listadas pelas pessoas e empresas contratadas por suas campanhas.

Atenção: os partidos políticos, as federações, as coligações, as candidatas e os candidatos devem manter o registro das operações de tratamento de dados pessoais, nele contendo, ao menos:

- > o tipo do dado e a sua origem;
- > as categorias de titulares;
- > a descrição do processo e da finalidade;
- > o fundamento legal;
- > a duração prevista para o tratamento, nos termos da Lei nº 13.709/2018;
- > o período de armazenamento dos dados pessoais;
- > a descrição do fluxo de compartilhamento de dados pessoais, se couber;
- > os instrumentos contratuais que especifiquem o papel e as responsabilidades de controladores e operadores;
- > as medidas de segurança utilizadas, incluindo boas práticas e políticas de governança.

3.3. Propaganda eleitoral impressa

Todo material impresso de propaganda eleitoral deve ser produzido **em língua nacional** e conter:

- > Nome do candidato e do vice em tamanho não inferior a 30% ao nome do titular.
- > A legenda partidária do candidato.
 - Nas campanhas majoritárias, o nome da federação, se houver, e da coligação com todas as siglas que a compõem;
 - Nas campanhas proporcionais, a sigla do partido do candidato ou, em caso de federações, o nome da federação, com todas as siglas que a compõem.
- > CNPJ ou CPF do contratante do material.
- > CNPJ ou CPF do responsável pela confecção.
- > Tiragem do material.
- > Dimensão máxima especificada na Resolução TSE nº 23.610/2019.

3.4. Propaganda eleitoral na internet

Segundo o art. 27 da Resolução TSE nº 23.610/2019, a *“A livre manifestação do pensamento de pessoa eleitoral identificada ou identificável na internet **somente é passível de limitação quando ofender a honra ou a imagem de candidatas, candidatos, partidos, federações ou coligações, ou divulgar fatos sabidamente inverídicos, observado o disposto no art. 9º-A desta Resolução**”*.

A propaganda eleitoral na Internet poderá ser realizada nas seguintes formas:

- > **sítio do candidato**, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em

provedor de serviço de Internet estabelecido no país;

- > **sítio do partido, da federação ou da coligação**, com endereço eletrônico comunicado à Justiça Eleitoral e hospedado, direta ou indiretamente, em provedor de serviço de Internet estabelecido no país;
- > por meio de **mensagem eletrônica** para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, pelo partido, pela federação ou pela coligação, desde que presente uma das hipóteses legais que autorizam o tratamento de dados pessoais (arts. 7º e 11 da LGPD);
- > 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) candidatos, partidos políticos, federações ou coligações, desde que não contratem disparo em massa de conteúdo nos termos do art. 34; ou
 - b) qualquer pessoa natural, vedada a contratação de impulsionamento e de disparo em massa de conteúdo, nos termos do art. 34, e 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.

IMPORTANTE: Os endereços eletrônicos, com exceção dos de iniciativa de pessoa natural, deverão ser comunicados à Justiça Eleitoral impreterivelmente no Requerimento de Registro de Candidatura ou no Demonstrativo de Regularidade de Atos Partidários, se pré-existentes, e no prazo de 24 horas a contar de sua criação, se ocorrer no curso da campanha, sob pena de serem considerados ilícitos e a candidata incorrer ao pagamento de multa por propaganda vedada.

São proibidos:

- x O pagamento para a veiculação de propaganda eleitoral na internet fora das permissões legais;
- x O impulsionamento de conteúdos e ferramentas digitais não disponibilizadas pelo provedor da aplicação de internet, ainda que gratuitas, para alterar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral, tanto próprios quanto de terceiros;
- x O anonimato (*fakes*), o falseamento de identidade ou a atribuição de propaganda a terceiro, inclusive candidato, partido ou coligação;
- x Contratação de militância virtual, 'robôs' ou *fakes*, para emissão de ofensas ou para desonrar a imagem de candidato, partido ou coligação, bem como a 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;
- x A veiculação de propaganda eleitoral em páginas de pessoas jurídicas ou em sites oficiais ou hospedados por órgãos ou por entidades da administração pública direta ou indireta;
- x O disparo em massa de mensagens instantâneas, telemarketing ou, ainda, a compra de banco de dados de cadastros de endereços eletrônicos, telefones ou perfis pessoais para o envio de propaganda eleitoral;
- x O disparo em massa de mensagens sem consentimento da pessoa destinatária ou a partir da contratação de expedientes, tecnologias ou serviços não fornecidos pelo provedor de aplicação e em desacordo com seus termos de uso;
- x São vedadas às pessoas jurídicas e às relacionadas no art. 24 da Lei nº 9.504/1997 a utilização, doação ou cessão de cadastro eletrônico de seus clientes, em favor de candidatos, de partidos políticos, federações ou de coligações;

- x É proibida às pessoas jurídicas e às pessoas naturais a venda de cadastro de endereços eletrônicos e banco de dados pessoais. Por outro lado, a cessão por pessoa natural de cadastro de dados pessoais de contato, detido de forma legítima, a partido político, federação, coligação, candidata ou candidato é lícita, desde que se obtenha previamente o consentimento expresso e informado dos destinatários no primeiro contato por mensagem ou outro meio.

IMPORTANTE: a Resolução TSE nº 23.610/2019 estabeleceu que as mensagens eletrônicas enviadas **consensualmente por pessoa natural, de forma privada ou em grupos restritos de participantes** (ex. *WhatsApp*), não se submetem à vedação do cadastramento para envio de propaganda eleitoral.

As mensagens eletrônicas e as mensagens instantâneas enviadas por candidato, federação, partido político ou coligação, por qualquer meio, deverão oferecer **identificação completa da pessoa remetente**, informando que se trata de propaganda eleitoral, bem como dispor de **mecanismo que permita à pessoa destinatária a solicitação de descadastramento e eliminação dos seus dados pessoais**. A pessoa remetente é obrigada a providenciá-los no prazo de 48 horas, e deverá conter a informação sobre o canal de comunicação disponibilizado pela candidatura e explicar, em linguagem simples e acessível, a finalidade do canal.

Por fim, o TSE conceituou o **disparo em massa** como a “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”.

Impulsionamento pago de propaganda eleitoral:

O impulsionamento pago de propaganda eleitoral somente pode ser feito da seguinte forma:

- > A propaganda impulsionada deve vir claramente identificada como tal;
- > Todo impulsionamento deverá conter, de forma clara e legível, o número de inscrição no CNPJ ou o número de inscrição no CPF do responsável, além da expressão “Propaganda Eleitoral”. Supre a exigência do item a divulgação de hiperlink que direcione o eleitor para o CNPJ da candidata, candidato, partido, federação ou coligação responsável pela respectiva postagem.
- > A identificação do impulsionamento deverá ser mantida quando o conteúdo for compartilhado ou encaminhado, observados o âmbito e os limites técnicos de cada provedor;
- > O impulsionamento somente pode ser contratado por partidos políticos, federações, coligações e candidatos e seus representantes (administradores financeiros das campanhas). **Eleitores não podem impulsionar propaganda de seus candidatos;**
- > O impulsionamento deve ser contratado diretamente com provedor da aplicação de internet com sede e foro no país, ou de sua filial, sucursal, escritório, estabelecimento ou representante legalmente estabelecido no país e apenas com o fim de promover ou beneficiar candidatos ou suas agremiações, **vedada a realização de propaganda negativa;**
- > É **proibido** o impulsionamento de conteúdos e ferramentas digitais não disponibilizados pelo próprio provedor da aplicação de internet, ainda que gratuitas, para alterar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral, tanto próprios quanto de terceiros (ex. contratar serviços de terceiros para ampliar o alcance de postagens no *Facebook*);

- > Somente as empresas cadastradas na Justiça Eleitoral poderão realizar serviços de impulsionamento de propaganda eleitoral;
- > O provedor de aplicação de internet que possibilite o impulsionamento pago de conteúdos deverá contar com canal de comunicação com seus usuários;
- > É vedada, desde 48 horas antes até 24 horas depois da eleição, a circulação paga ou impulsionada de propaganda eleitoral na internet, mesmo se a contratação tiver sido realizada antes desse prazo.

IMPORTANTE: A Resolução TSE nº 23.732/2024 veda expressamente a priorização paga de conteúdos em aplicações de busca na internet que promova propaganda negativa; 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; ou difunda dados falsos, notícias fraudulentas ou fatos notoriamente inverídicos ou gravemente descontextualizados, ainda que benéficas à usuária ou a usuário responsável pelo impulsionamento.

Live eleitoral:

Outra novidade da Resolução TSE nº 23.732/2024 é a regulamentação da chamada **live eleitoral**, a qual, segundo o art. 29-A, é entendida como a transmissão em meio digital, realizada por candidata ou candidato, 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, **constitui ato de campanha eleitoral de natureza pública.**

A partir de 16 de agosto de 2024, a utilização de *live* por pessoa

candidata para promoção pessoal ou de atos referentes a exercício de mandato, **mesmo sem menção ao pleito, equivale à promoção de candidatura.** Além disso, é proibida (vedada) a transmissão ou retransmissão de *live* eleitoral nos seguintes casos:

- > em *site*, 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;
- > por emissora de rádio e de televisão.

3.5 Permissões e vedações na propaganda eleitoral

COMÍCIO

✓ Permitido

A partir de 16 de agosto até 48h antes do dia das eleições, das 8h às 24h, com exceção do comício de encerramento da campanha, que poderá ser prorrogado por mais duas horas. Permitida a aparelhagem de sonorização fixa e trio elétrico no evento. Não é necessária a licença da polícia para a realização de qualquer evento, mas apenas comunicação à autoridade policial em, no mínimo, 24h antes de sua realização.

São permitidas apresentações artísticas e shows musicais em eventos de arrecadação de recursos para campanhas eleitorais previstos no art. 23, § 4º, V, da Lei nº 9.504/1997, sendo livre a manifestação de opinião política e preferência eleitoral dos artistas.

✗ Proibido

Showmício: Realização de show ou de evento assemblado, presencial ou transmitido pela internet, e apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animação dos presentes.

A proibição do showmício não se estende aos candidatos que sejam profissionais da classe artística, cantores, atores e apresentadores, que poderão exercer as atividades de sua profissão durante o período eleitoral, salvo em programas de rádio e televisão, animação de comício e divulgação dissimulada de sua candidatura.

ALTO-FALANTE E AMPLIFICADORES

✓ Permitido

A partir de 16 de agosto até a véspera da eleição, entre 8h e 22h, apenas para sonorização de comícios, passeatas e carreatas.

✗ Proibido

Som a menos de 200 metros das sedes dos Poderes Executivo e Legislativo da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios; das sedes dos Tribunais Judiciais; dos quartéis e de outros estabelecimentos militares; dos hospitais e casas de saúde; bem como das escolas, bibliotecas públicas, igrejas e teatros, quando em funcionamento. Carros de som e minitrios circulando fora de carreatas e passeatas estão proibidos.

CAMINHADA, PASSEATA E CARREATA

✓ Permitido

A partir de 16 de agosto até as 22h do dia que antecede as eleições. Permitida a distribuição de material gráfico, acompanhados ou não de carros de som ou minitrios.

✗ Proibido

Transformação do ato em comício, sem comunicação prévia. Vedações sobre a distância mínima de órgãos públicos também se aplicam (acima).

CAMISETAS, CHAVEIROS, BONÉS, CANETAS E BRINDES

✓ Permitido

X

X Proibido

Terminantemente **proibida** a confecção, utilização ou distribuição feita ou autorizada pelo candidato. Esta vedação também vale para quaisquer outros bens ou materiais que possam proporcionar vantagem, ainda que mínima, ao eleitor (CDs, pen drives, sacolas, canetas, bloquinhos, máscaras etc.). Admite-se, excepcionalmente, a confecção de camisetas para utilização pelo pessoal que presta serviços à campanha, desde que em número razoável e que não caracterize distribuição de brindes ao eleitor.

BANDEIRAS E MESAS PARA DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAIS

✓ Permitido

Ao longo das vias públicas, desde que móveis e não dificultem o bom andamento do trânsito de pessoas e veículos. Só podem ser colocados diariamente entre as 6h e as 22h.

X Proibido

Promover a fixação de tais propagandas em local público e sua permanência durante todo o período da campanha, além de sua manutenção nos horários vedados. Estão proibidos os bonecos, cavaletes, placas, faixas, estandartes e assemelhados.

BENS PARTICULARES

✓ Permitido

Não depende de licença municipal nem de autorização da Justiça Eleitoral. Deve ser feita apenas de forma gratuita e em adesivo ou em papel e suas dimensões não podem ultrapassar o limite máximo de 0,5 m².

✗ Proibido

Colocação em troca de dinheiro ou de qualquer tipo de pagamento. Não é permitida a justaposição de adesivos ou cartazes cujo efeito visual viole a dimensão total da propaganda de 0,5 m². Também não é permitida colocação de placas e a pintura de muros e paredes, ainda que em dimensões inferiores ao limite estabelecido.

FOLHETOS, VOLANTES, ADESIVOS E SANTINHOS

✓ Permitido

Até as 22h do dia que antecede às eleições, sendo desnecessária licença municipal ou autorização da Justiça Eleitoral.

Todo material impresso de campanha deverá conter o número do CNPJ ou CPF do responsável pela confecção, bem como de quem a contratou, e a respectiva tiragem do material. Deve constar, ainda, a legenda partidária, da federação ou a coligação: na majoritária, o nome da federação, se houver, e da coligação com todos os partidos que a compõem, e na proporcional apenas o nome da coligação e a sigla do partido do candidato

✗ Proibido

Distribuição sem os requisitos legais. Vedada sua distribuição no dia das eleições (boca de urna), bem como espalhar material de campanha no local de votação ou nas vias próximas, ainda que na véspera da eleição, sujeitando-se os infratores à multa e apuração criminal.

Colocação em bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do poder público, ou que a ele pertençam, e nos bens de uso comum, inclusive postes de iluminação pública, sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus e outros equipamentos urbanos.

OUTDOOR

✓ Permitido

X

✗ Proibido

Independente do local, inclusive os eletrônicos, sujeitando-se a empresa responsável, os partidos, as federações, as coligações e os candidatos à retirada imediata do material e multa. Proibida também a justaposição de materiais para criação do efeito visual de outdoor.

ADESIVOS EM VEÍCULOS

✓ Permitido

É permitido colar adesivos microperfurados (perfurados) até a extensão total do para-brisa traseiro e, em outras posições, até a dimensão máxima de 0,5m². Os adesivos também deverão conter as informações obrigatórias de todo material impresso (acima).

✗ Proibido

Colocação de forma não gratuita e espontânea, em troca de dinheiro ou de qualquer tipo de pagamento pelo espaço utilizado.

TELEMARKETING

✓ Permitido

X

✗ Proibido

É proibida qualquer propaganda via telemarketing, em qualquer horário.

JORNAIS E REVISTAS

✓ Permitido

Até a antevéspera das eleições, é permitida a divulgação paga de propaganda eleitoral na imprensa escrita. É permitida também a divulgação de opinião política favorável pelo veículo, desde que não seja matéria paga, sujeitando-se à apuração do abuso dos meios de comunicação. Deve constar no anúncio, de forma visível, o valor pago pela inserção.

✗ Proibido

Publicação fora dos limites legais, que são: 10 anúncios, por veículo, em datas diversas, para cada candidato, num espaço máximo, por edição, de 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e 1/4 (um quarto) de página de revista ou tabloide. A propaganda ainda deve indicar o valor pago pelo anúncio.

RÁDIO E TELEVISÃO

✓ Permitido

Apenas para a propaganda eleitoral gratuita, veiculada nos 35 dias anteriores à antevéspera das eleições (de 26 de agosto a 29 de setembro), e debates eleitorais.

✗ Proibido

Qualquer propaganda eleitoral (ostensiva ou dissimulada) mediante pagamento. Com exceção da propaganda eleitoral gratuita, é vedado às emissoras transmitirem, a partir de 30 de junho, programa apresentado ou comentado por pré-candidato.

A partir de 6 de agosto, estão proibidas as condutas proibidas pelo art. 43 da Res.-TSE nº 23.610/2019, sob pena de multa e apuração do abuso correspondente ao tratamento privilegiado conferido a candidato, partido, federação ou coligação.

INTERNET

✓ Permitido

Após o dia 15 de agosto, em sites de partidos e candidatos, desde que comunicados à Justiça Eleitoral e hospedados em provedores estabelecidos no Brasil.

Após essa data, é permitida também a veiculação de propaganda eleitoral por meio de blogs, sites de relacionamento (Facebook, Twitter etc.) e sites de mensagens instantâneas. As propagandas eleitorais veiculadas por mensagens eletrônicas são permitidas, mas deverão conter mecanismo que possibilite ao destinatário solicitar seu descadastramento do eleitor.

✗ Proibido

Qualquer tipo de propaganda eleitoral em sites de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos, e em sites oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública.

Constitui crime a contratação direta ou indireta de grupo de pessoas com a finalidade específica de emitir mensagens ou comentários na Internet para ofender a honra ou macular a imagem de candidato, de partido ou de coligação.

IMPORTANTE: Para as eleições de 2024, a Resolução TSE nº 23.732/2024 e 23.731/2024 instituíram o controle dos gastos eleitorais com combustível. Assim, as carreatas, desfiles em veículos automotivos e outros atos de campanha que envolvam **custeio de combustível por partido político, federação, coligação, candidata ou candidato deverão ser comunicados à Justiça Eleitoral** com, no mínimo, 24 horas de antecedência.

4. ARRECADAÇÃO E GASTOS DE CAMPANHA

(Resolução n. 23.607/2019, atualizada pela Resolução TSE nº 23.731/24)

4.1 Arrecadação eleitoral

A arrecadação de recursos para campanha eleitoral de qualquer natureza deverá observar os seguintes pré-requisitos:

- (1) Requerimento do registro de candidatura (até 15 de agosto);
- (2) CNPJ de campanha;
- (3) Abertura da conta específica de campanha; e
- (4) Emissão dos recibos eleitorais.

Os partidos políticos, além do registro e anotação do órgão partidário junto à Justiça Eleitoral, devem realizar a abertura de conta bancária específica destinada a registrar a movimentação financeira de campanha (“Doações para Campanha”), prevista na Resolução TSE n. 23.604/2019.

Após, as doações podem ocorrer, a rigor, de duas formas:

1. Financeiras, por pix ou transação bancária, na qual o CPF do doador seja obrigatoriamente identificado, inclusive quando realizada via Internet;
2. Estimáveis em dinheiro, pela doação ou cessão temporária de bens e/ou serviços, com a demonstração de que o doador é proprietário do bem ou é o responsável direto pela prestação de serviços.

IMPORTANTE: Podem realizar doações financeiras ou estimáveis em dinheiro as pessoas físicas, limitados os valores a 10% (dez por cento) dos rendimentos brutos alcançados pelo doador no ano anterior à eleição. Este limite não se aplica a doações estimáveis em dinheiro relativas à utilização de bens móveis ou imóveis de propriedade do doador ou à prestação de serviços próprios, desde que o valor estimado não ultrapasse R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais).

Já os recursos próprios do candidato poderão ser utilizados até o total de 10% (dez por cento) dos limites previstos para gastos de campanha no cargo em que concorrer. Além disso, os recursos próprios das candidatas a vice ou a suplente serão somados aos recursos próprios da titular para aferição do limite de 10% (dez por cento).

4.2. Contas bancárias

Partidos políticos e candidatos/as somente estão autorizados/as a captarem recursos de campanhas eleitorais após procederem a abertura de contas bancárias específicas, a fim de separar os recursos de acordo com sua natureza e origem, nos termos da Resolução TSE nº 23.607/2019 e da Resolução TSE nº 23.604/2019.

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

- I do “Fundo Partidário”;
- II das “doações para campanha”, já aberta pelos partidos ou, se não, aberta até 15 de agosto de 2024;
- III dos “outros recursos”;
- IV dos recursos destinados ao programa de promoção e difusão da participação política das mulheres;

V do “Fundo Especial de Financiamento de Campanhas – FEFC”.

IMPORTANTE: Para o financiamento de **candidaturas femininas e de pessoas negras** os partidos políticos devem destinar os seguintes percentuais do montante recebido do Fundo Partidário e do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC):

I – Candidaturas femininas: corresponderá a proporção dessas candidaturas em relação a soma das candidaturas masculinas e femininas, não podendo ser inferior a 30%;

II – Candidaturas de pessoas negras corresponderá a proporção de (a) mulheres negras e não negras do gênero feminino do partido; e (b) homens negros e não negros do gênero masculino do partido.

Além disso, os percentuais de candidaturas femininas e de pessoas negras será obtido pela razão dessas candidaturas em relação ao total de candidaturas do partido em âmbito nacional.

Há obrigatoriedade de abertura de conta bancária **por candidatos/as e partidos políticos**, mesmo que não haja movimentação financeira. O movimento de campanha abrange, inclusive, os recursos próprios do/a candidato/a, sob pena de desaprovação das contas. Ainda, os/as candidatos/as devem abrir contas bancárias distintas e específicas para o recebimento e a utilização de recursos oriundos do **Fundo Partidário e para aqueles provenientes do Fundo Especial de Financiamento de Campanha (FEFC)**, na hipótese de repasse de recursos dessas espécies.

4.3 Recibos eleitorais

Somente deverão ser emitidos recibos eleitorais (via sistema

Sistema de Prestação de Contas Eleitorais, disponível no site do TSE) para a arrecadação de recursos (i) estimáveis em dinheiro para a campanha eleitoral, inclusive próprios, e (ii) por meio da internet, através do site do/a candidato/a. Já as **doações financeiras** podem ser comprovadas apenas por meio de documento bancário que identifique o CPF dos doadores.

É **facultativa** a emissão do recibo eleitoral para:

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

4.4. Doações

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

- I **transação bancária** na qual o CPF do/a doador/a seja obrigatoriamente identificado;
- II **doação ou cessão temporária de bens e/ou serviços estimáveis em dinheiro**, com a demonstração de que o/a doador/a é proprietário/a do bem ou é o/a responsável direto/a pela prestação de serviços;
- III **crowdfunding**: instituições que promovam técnicas e serviços de financiamento coletivo por meio de sítios da internet, aplicativos eletrônicos e outros recursos similares.

IV Pix

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

Financiamento Coletivo (Crowdfunding)

A partir de 15 de maio do ano eleitoral, é facultada aos/às pré-candidatos/as a arrecadação prévia de recursos nesta modalidade, mas a liberação de recursos por parte das entidades arrecadadoras fica condicionada ao cumprimento, pelo/a candidato/a, dos requisitos estabelecidos pela Resolução TSE nº 23.607 para a captação de recursos de campanha. Se não for efetivado o registro da candidatura, as entidades arrecadadoras deverão devolver os valores arrecadados aos/às doadores/as na forma das condições estabelecidas entre a entidade arrecadadora e o/a pré-candidato/a.

Nessa modalidade, dispensa-se a emissão do recibo eleitoral pelo SPCE, sendo obrigatória a emissão de recibo específico para o/a doador/a pela própria entidade arrecadadora, para cada doação realizada. Posteriormente, todas as doações recebidas mediante financiamento coletivo deverão ser lançadas individualmente pelo valor bruto na prestação de contas de campanha eleitoral de candidatos/as e partidos políticos.

4.5. Gastos

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.

IMPORTANTE: Os gastos destinados à preparação da campanha e à instalação física ou de página de internet de comitês de campanha de candidatos/as e de partidos políticos po-

derão ser contratados a partir da data efetiva da **realização da respectiva convenção partidária**, desde que, cumulativamente:

I – sejam devidamente formalizados; e

II – o desembolso financeiro ocorra apenas após a obtenção do número de inscrição no CNPJ, a abertura de conta bancária específica para a movimentação financeira de campanha e a emissão de recibos eleitorais.

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

- Cheque nominal cruzado;
- Transferência bancária identificada (CPF ou CNPJ do/a beneficiário/a);
- Débito em conta;
- Cartão de débito da conta bancária; ou
- PIX.

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

Gastos diretamente realizados pelo/a eleitor/a, com a finalidade de apoiar candidato/a de sua preferência, podem ser realizados totais até o valor de **R\$ 1.064,10 (mil e sessenta e quatro reais e dez centavos)**, não sujeitos à contabilização, desde que não

reembolsados.

Nesta hipótese, o comprovante da despesa deve ser emitido em nome do/a eleitor/a. **Bens e serviços** entregues ou prestados ao/à candidato/a **não** representam os gastos acima e caracterizam doação e devem ser contabilizados (art. 43).

4.6. Prestação de contas

Devem prestar contas:

- a) **Todos/as** os/as candidatos/as, inclusive os/as que tiverem renunciado, desistido, sido substituído/a e/ou com registro indeferido, mesmo que não tenham realizado campanha;
- b) **Todos** os órgãos partidários, de todas as esferas (nacional, estadual, distrital e municipal), ainda que constituídos de forma provisória e mesmo que não haja movimentação de recursos financeiros ou estimáveis em dinheiro.

IMPORTANTE: A prestação de contas deve ser encaminhada por intermédio do Sistema de Prestação de Contas de Campanha Eleitoral (SPCE), que fará automaticamente a autuação e a integração no Processo Judicial Eletrônico (PJE).

É obrigatória a constituição de advogado/a para a prestação de contas. Além disso, a arrecadação de recursos e a realização de gastos eleitorais devem ser acompanhadas por profissional habilitado em contabilidade desde o início da campanha, o/a qual realizará os registros contábeis pertinentes e auxiliará o/a candidato/a e o partido na elaboração da prestação de contas.

Prazos:

- a) a **prestação de contas parcial** deve ser entre os dias **9 a**

13 de setembro de 2024, constando o registro da movimentação financeira e/ou estimável em dinheiro ocorrida desde o início da campanha até o dia 8 de setembro.

- b) as prestações de contas **finais** referentes ao **primeiro turno** de todos/as os/as candidatos/as e de partidos políticos em todas as esferas devem ser prestadas à Justiça Eleitoral **até 5 de novembro de 2024** .
- c) havendo **segundo turno** , devem prestar suas contas até **16 de novembro de 2024** , apresentando a movimentação financeira referente aos dois turnos.

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

Os requisitos e documentos obrigatórios às prestações de contas finais estão elencados no art. 53, Resolução TSE nº 23.607/2019.