



FUNDAÇÃO  
ASTROJILDO  
PEREIRA

# UMA NOVA AGENDA PARA O BRASIL



MANUAL DO  
**CANDIDATO**

[www.pps.org.br](http://www.pps.org.br)





FUNDAÇÃO  
ASTROJILDO  
PEREIRA

# UMA NOVA AGENDA PARA O BRASIL



## MANUAL DO **CANDIDATO**

[www.pps.org.br](http://www.pps.org.br)



## SUMÁRIO

Apresentação.....	5
1. Uma missão nobre do cidadão.....	7
2. Que país é o nosso?.....	10
3. Do que é para o que precisa ser.....	15
4. O Brasil quer mudanças.....	18
5. Os partidos e o processo eleitoral.....	24
6. Mais mulheres no poder e gestões transpassadas pela questão de gênero.....	26
7. Planejamento e gestão da campanha.....	28
8. Aspectos essenciais da Campanha Eleitoral.....	40
9. Legislação eleitoral.....	44
10. Calendário Eleitoral (Eleições de 2014).....	54
11. Como organizar a Convenção Eleitoral Estadual.....	68
Modelos.....	70
Resolução Eleitoral nº 002/2014.....	76
Resolução Orgânica nº 006/2014.....	80



## Apresentação

Dando continuidade a nossas atividades e publicações de atualização política, apresentamos o Manual do Candidato do PPS para o pleito de 2014. Trata-se de mais uma ferramenta sobre questões gerais da política, abordadas resumidamente, mas com foco dedicado à realidade brasileira e com os olhos voltados para quantos vão enfrentar a difícil disputa de outubro próximo.

Além de nos atualizarmos sobre o Brasil e seus problemas, sobretudo após os 12 anos dos governos petistas, vamos conhecer os valores e princípios que norteiam as ações formadoras dos candidatos do PPS. Há um resumo das ideias que dão rumo a uma candidatura consciente, com base na missão que cada representante político deve ter para contribuir na ampliação e aprofundamento da democracia, lutar pela vigência da *res publica* (coisa pública) e, em contato com a realidade em que vive, atuar no sentido de aperfeiçoá-las.

No bojo desse material, encontram-se também importantes ideias da proposta do PPS para um Programa de Governo entregues a Eduardo Campos, nosso candidato a presidente da República para enfrentar e vencer a(s) batalha(s) de 5 e/ou 26 de outubro.

Em um cenário de corrupção e irresponsabilidade no trato da coisa pública, os cidadãos e cidadãs necessitam de opções de candidatos que possam representá-los, estejam conscientes de sua situação e lutem para dar novos rumos ao país. O PPS oferece assim uma proposta capaz de inserir entre os seus candidatos as ideias emancipadoras da democracia, da república, de um real desenvolvimento, da equidade e da sustentabilidade.

A caminhada pelas questões mais importantes da pauta nacional exige conhecimentos que vão além do convívio e intimidade com as demandas do país. Para que a pessoa devidamente eleita apresente um sistema de conceitos e sugestões que busque êxito na relação entre governantes e governados, necessitará ainda de ferramentas outras para compor essa trajetória.

Imprescindível, por exemplo, um planejamento consistente da campanha, que também deve ir além do conhecimento acerca do partido e do processo eleitoral. Assim, nas páginas do Manual, o candidato vai encontrar as informações necessárias para entender e utilizar os mais

diversos e modernos recursos, que auxiliarão a sua atividade em busca do voto. Os alicerces de uma campanha saudável estão justamente em montar uma equipe competente, conhecer o público-alvo e como chegar até ele. As atribuições e os passos para cada etapa da campanha estão expostos aqui, assim como leis e resoluções do TSE sobre o seguro caminho de agir legalmente. Inserimos também a Resolução Eleitoral e as normas para as convenções que se realizarão de 10 a 30 de junho.

As eleições deste ano, além de ser uma oportunidade para, mais uma vez, se provocar o debate em torno de candidatos mais focados no dever social, sustentável e compatível com a realidade do Brasil, tem ainda um valor estratégico, orientado pelo princípio de que a consolidação e o aprofundamento da democracia e a implantação dos valores republicanos requerem partidos fortes e representativos do eleitorado e cidadãos cada vez mais conscientes e participantes da sua nobre missão.

*Caetano Pereira de Araujo*  
*Presidente da FAP*

*Roberto Freire*  
*Presidente do PPS*

## 1. Uma missão nobre do cidadão

A política deve ser entendida como a arte ou a ciência de governar ou organizar as questões públicas objetivando regular e melhorar as condições existenciais dos cidadãos. Ela é importante porque modela a vida em sociedade e tenta garantir que os interesses da comunidade sejam preservados e os direitos individuais ampliados. O conceito está estreitamente ligado ao de poder e deriva do adjetivo em língua grega originado de *pólis* (*politikós*), que significa tudo o que se refere à cidade e, conseqüentemente, o que é urbano, civil, público, social.

No Brasil, como resultado de uma cultura política elitista e autoritária, o atual sistema político partidário fomenta o aparecimento de grande número de pessoas sem nenhum compromisso com os sonhos e os interesses do conjunto da sociedade e com as grandes questões republicanas, agindo como se o Estado e suas instituições fossem meros espaços de seus interesses. Cria-se, então, um campo propício para a demagogia e a enganação, assim como para constantes atos de corrupção, envolvendo políticos, empresários e funcionários públicos, e a conseqüente impunidade dos seus autores.

Daí a política ser considerada, pela maioria dos brasileiros, como algo nocivo e pernicioso, como ação corrupta e corruptora, indigna para ser praticada por uma pessoa séria e responsável. Em todas as pesquisas que medem o grau de confiança da população em diferentes instituições, as organizações políticas – partidos, parlamento e governo – ocupam as posições mais baixas. Repulsa, desprezo e indignação são sentimentos comuns quando se pensa ou se comenta a política. É que, de um lado, vê-se a política como uma atividade específica de elites e figurões, de gente graúda ou de seus apadrinhados, e, de outro, é vista como um trampolim para certas pessoas “vencerem na vida”. Nada mais seria que um vale-tudo, em que não há princípios nem escrúpulos, os fins justificando todo e qualquer meio, por mais desonesto e absurdo que seja.

As distorções do regime político e do sistema partidário, que sempre levaram milhões de brasileiros à apatia política frente aos governos, aos processos eleitorais, à atividade partidária e à própria deterioração da situação social, desde junho de 2013 têm provocado grandes mobilizações de massas, em todo o País. Os brasileiros estão mostrando que não aguentam mais ser um dos povos que mais paga imposto no mundo e não consegue ter assegurados seus direitos mais elementares, em termos de

serviços de educação de qualidade, de saúde, de mobilidade urbana e de segurança.

Por isso é que muitas pessoas honradas e qualificadas evitam a política, enquanto indivíduos menos qualificados moral e profissionalmente são atraídos por ela. Desta forma, o envolvimento com a política transformou-se em uma decisão difícil para homens e mulheres de bem. Num ambiente assim passam a dominar a descrença e o desencanto na política, além do descrédito nos políticos, o que conduz à perniciosa ideia de que a democracia é o terreno propício a alimentar os demagogos e suas promessas nunca cumpridas.

Contribuem para este comportamento a pouca vivência democrática (após o regime militar, o país tem um pouco mais de 25 anos de democracia, o maior período contínuo de sua história) e ainda o fato de que historicamente a criação do Estado precedeu à formação da nação brasileira. Parece-nos essencial repisar esse ponto, pois qualquer exame sério da realidade política brasileira deve levar em conta essa circunstância essencial: em mais de cinco séculos, o Brasil foi colônia de um país absolutista (1500-1822), situação a que se seguiu um regime político e socioeconômico que tinha como pilar central a escravidão (1822-1889), e viveu três períodos republicanos de restrição maior ou menor à democracia política, a República Velha (1889-1930), o Estado Novo de Vargas (1937-1945) e a ditadura militar (1964-1985).

Somente após o fim da Segunda Guerra Mundial é que vivemos nossa primeira experiência democrático-liberal (1945-1964), ainda assim sob algumas restrições, como a proibição do funcionamento legal do Partido Comunista Brasileiro em quase todo esse período, experiência que criou condições para o crescimento das reivindicações populares e democráticas, e viu governos democráticos e tolerantes, como o de Juscelino Kubitschek. As promessas de associar mudança social às liberdades civis foram sufocadas pelo golpe de 1º de abril de 1964, que instaurou um regime militar que perdurou mais de duas décadas. A plena democracia política somente foi restaurada com a promulgação da Constituição de 1988, marcada pela definição do Estado democrático de Direito, aberto às transformações sociais.

Como fruto desse avanço fundamental resultaram duas importantes conquistas: a democracia política e uma certa estabilidade econômico-financeira, além da abertura para políticas sociais distributivistas. Logo

em seguida, entretanto, o imenso peso de nosso passado patrimonialista harmonizou-se, sem maiores dificuldades, nos governos FHC e Lula, a uma política econômica de viés neoliberal, marcada pela predominância dos interesses do setor financeiro, e a ausência de projetos realmente estruturadores de novos rumos para a sociedade brasileira, mesmo que tenham havido avanços importantes.

Este cenário de profundo distanciamento entre a política que desejamos e a atualmente existente, com o desgoverno de Dilma e o comportamento pouco democrático e pouco republicano do Partido dos Trabalhadores, está deixando claro para todos que a hora é de mudar e nos faz refletir sobre os caminhos que devemos tomar. Diante dessa realidade e frente a tamanho desafio, cresce nossa responsabilidade. Cresce porque não temos o direito de nos negar à participação efetiva em relação aos assuntos que dizem respeito a nossa gente e a nossas vidas. Cresce porque não podemos nos conformar com o quadro de desigualdade e miséria, de injustiça e de corrupção que se abate sobre milhões de brasileiros e o país.

Porém, precisa-se dar um primeiro passo: cada brasileiro se convencer da necessidade de fazer política, arregaçar as mangas e se lançar na luta. Ao lado disso, que se desenvolvam esforços para devolver à política seu caráter ético e de serviço para o bem da sociedade. Querer fazer política é, antes de tudo, abdicar de projetos somente pessoais em prol de servir ao público. De desejar, a partir da nossa efetiva participação, influenciar na construção dos destinos de todos. Homens e mulheres de bem, que não se apequenam diante de suas responsabilidades, devem abraçar a política como um forte instrumento para a concretização das aspirações que não são apenas de uma pessoa ou de um grupo ou de um partido, mas de todos, na busca de construção de um país mais democrático, republicano e com oportunidades para todos.

Para melhor entender o papel da política numa determinada sociedade, tem-se que considerar, por exemplo, que: a) a atividade do sindicato ou da associação se vincula à busca de soluções para os problemas profissionais, de melhores condições de trabalho e de vida para os trabalhadores; b) a da associação de moradores se preocupa com as questões ligadas ao local de moradia, e de um determinado bairro; c) a da paróquia ou do templo religioso se relaciona com os aspectos espirituais, numa área de abrangência específica. E assim por diante. Como se pode perceber

facilmente, a atividade política é a única que solda todas as demais ações humanas em prol do encaminhamento das questões maiores e essenciais da sociedade, desde as do município, passando pelas do estado e as da União. É a mediadora das esferas fundamentais da vida coletiva.

Nada fazer não é uma opção. Sendo omissos ou alheios às questões políticas, o cidadão está também fazendo política, pois está permitindo que pessoas descomprometidas com a sociedade continuem usando a política em seu benefício, único e exclusivo, ou do seu grupo. A apatia e o desprezo com que muitos brasileiros encaram o funcionamento do nosso sistema político é o principal combustível que alimenta a corrupção, o desmando, o desrespeito às autoridades. Daí a importância e a necessidade de todos fazerem política. É como num jogo de futebol. Ficar na arquibancada – torcendo pelo seu time – ajuda, mas quem decide o resultado da partida é quem está no campo jogando. É também como num incêndio. Tem importância gritar e pedir socorro, mas para apagar as chamas precisa-se agir. Para resolver o jogo da vida e apagar o incêndio dos problemas é preciso agir. É preciso fazer política. E isso pressupõe desenvolver atividades política e partidária em prol da comunidade, mas também agir para evitar que pessoas deixem de comparecer aos locais de votação ou mesmo que, indo cumprir seu dever de cidadão, no dia das eleições, queiram apenas então votar em branco ou nulo.

## **2. Que país é o nosso?**

O Brasil é um país-continente, uma nação múltipla e unitária, complexa e dinâmica. É a quinta maior população mundial (com cerca de 200 milhões de habitantes), o segundo país mais populoso do continente americano e de todo o hemisfério ocidental, superado apenas pelos Estados Unidos, e também a quinta maior superfície em extensão do planeta (8,514 milhões de km<sup>2</sup>).

É uma das dez maiores economias do mundo (seu PIB já se encontra em torno de R\$ 5 trilhões, cerca de US\$ 2,08 trilhões) e é dono de um parque produtivo diversificado, de um sistema financeiro e bancário dos mais modernos (embora concentrado) e sobretudo de vastos recursos naturais (maior produtor mundial de minério-de-ferro, soja, cana-de-açúcar, suco de laranja, café, mandioca, etanol e frutas tropicais e o

segundo maior produtor de feijão e carne de frango), de potencialidades imensas e com um grau elevado de interligação com a economia mundial. Neste particular, nossas exportações, compostas sobretudo de *commodities* (produtos de origem vegetal ou natural enviados em seu estado natural, sem serem industrializados) atingiram a marca dos US\$ 242,2 bilhões (em 2013) enquanto as importações subiram 6,5%, para US\$ 239 bilhões, com um saldo positivo da balança comercial (diferença entre exportações e importações) em US\$ 2,561 bilhões, uma queda de 86,8% em relação a 2012, sendo o pior resultado desde 2000. A participação da indústria caiu para 24,9% do PIB, em 2013, e, no caso da indústria de transformação, para 13%, a agropecuária também perdeu espaço, recuando para 5,7% da atividade econômica, e o setor de serviços subiu para 69,4%.

Ao mesmo tempo, o Brasil situa-se na ridícula 54ª posição mundial em termos de renda *per capita*, (R\$ 24.065 ou US\$ 10.328) e faz 25 anos que é campeão mundial absoluto em concentração de renda e de riqueza (ativos financeiros, fábricas, terras, imóveis em geral etc), mesmo quando comparado com nações pobres da África. Para se ter uma ideia, apenas 1% dos brasileiros detém cerca de 53% do estoque de bens do país e a renda dos 10% mais ricos é 28 vezes a obtida pelos 40% mais pobres (na Argentina é de dez vezes, em Portugal de oito, nos EUA de 5,5 e no Japão de quatro vezes). Destaque-se que os brasileiros pobres, cuja renda mensal é insuficiente para o atendimento do conjunto de suas necessidades básicas, constituem 1/4 da população. E o programa Bolsa Família, como já era esperado, pelo seu caráter assistencialista e eleitoralista não tem reduzido a gigantesca desigualdade existente em nossa sociedade.

É também muito concentrada a geração interna da renda e a difusão geográfica ao se produzir a riqueza, em termos de municípios. Dos 5.564 existentes, só 51 são responsáveis por 50% do PIB com 30,5% da população (vale lembrar que deste universo, apenas cinco cidades – São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Curitiba e Belo Horizonte – respondem por 25% do PIB brasileiro), enquanto 1.371 municípios respondem por apenas 1% do PIB e concentram 3,5% da população.

Segundo o Índice de Gini, apenas Namíbia, África do Sul, Bolívia e Haiti apresentam padrão de concentração de renda pior do que o brasileiro. Mas, se forem comparadas apenas as nações de alto desenvolvimento humano, o país apresenta a maior desigualdade medida por esse índice. Por sua vez, é campeão mundial em taxa de juros praticada (para depósitos e empréstimos).

Há muitos déficits sociais no Brasil. Apesar de ser a sétima economia do mundo, o Brasil ocupa o 85º lugar no que diz respeito ao Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud), e temos a 112ª posição em um conjunto de 200 países no quesito saneamento básico. Segundo estudo divulgado pelo Instituto Trata Brasil, nosso Índice de Desenvolvimento do Saneamento atingiu 0,581, abaixo de países cuja renda média é inferior ao da população brasileira - entre eles o Equador (0,707), o Chile (0,686) e a Argentina (0,667). No concreto, apenas 82,4% da população tem acesso à água potável, sendo que 17,6%, isto é, 33,5 milhões de pessoas, não. Quanto à coleta de esgotos, ela chega a 48,1% da população, significando que mais de 100 milhões de brasileiros ainda não possuem este serviço básico. Na última década, o acesso de moradias à coleta de esgoto aumentou 4,1%, nível abaixo da média histórica (4,6%).

Segundo advertem os organizadores do estudo, “a situação do saneamento tem reflexos imediatos nos indicadores de saúde”. Eles citam que, em 2011, a taxa de mortalidade infantil no Brasil chegou a 12,9 mortes por 1.000 nascidos vivos, superando as registradas em Cuba (4,3%), no Chile (7,8%) e na Costa Rica (8,6%). Outro efeito direto refere-se à expectativa de vida da população (74,6 anos) em 2012, que ficou abaixo da média apurada na América Latina (na Argentina, atingiu 75,8 anos e, no Chile, 79,3 anos). Sem falar na redução das internações por infecções gastrointestinais que atingem anualmente 340 mil brasileiros e na redução dos custos, já que as internações levaram a um gasto de R\$ 121 milhões, em 2013.

No Brasil, cerca de quatro milhões de pessoas moram em favelas. E o déficit habitacional em todo o país é de 23 milhões de moradias, sendo que 91,6% dentre os necessitados situam-se na faixa de renda familiar de até cinco salários mínimos.

Comemoramos ter passado de 36 milhões, em 1994, para 50 milhões de matriculados na Educação Básica, em 2014, sem dar atenção ao fato de termos 13,2 milhões de analfabetos, com 15 anos ou mais de idade; 54,5 milhões com mais de 25 anos não terminaram o Ensino Fundamental e 70 milhões o Ensino Médio. Nos últimos 20 anos, também passamos de 1,66 milhão para 7,04 milhões de matrículas nos cursos superiores, mas quase 40% de nossos universitários saber ler e escrever medíocrementemente e poucos

sabem a matemática necessária para um bom curso nas áreas de ciências ou engenharias.

O Brasil ocupa o 50º lugar, entre 57 nações, no Programa Internacional de Avaliação de Aluno (Pisa), que avalia o desempenho de estudantes em matemática, ciências e leitura. O ensino médio no Brasil possui um déficit de 250 mil professores, especialmente das disciplinas de química, física, matemática e biologia, áreas cruciais para transitar para a chamada “sociedade do conhecimento”. E a situação da qualidade da educação básica é caótica.

No tocante à nossa média de escolaridade, é simplesmente vergonhosa – o brasileiro não vai além de 6,7 anos de frequência à escola, índice três vezes inferior ao da Argentina.

Trata-se também de um país que ainda maltrata suas crianças, estando o Brasil entre os países com maiores índices de exploração do trabalho infantil. Calcula-se que cerca de 4 milhões de crianças, entre 5 e 16 anos, tenham atividades na área rural, nos lixões - como catadores de papel - nos serviços de carvoarias e nas olarias e até mesmo na exploração sexual, especialmente nas regiões de maior fluxo de turismo. Dados colhidos pelo IBGE dão conta que 20% dos brasileiros já trabalham antes dos 10 anos de idade e 65,7%, antes dos 15 anos.

A mortalidade infantil alcança em média 20 por mil nascidos vivos (há 16 anos atrás, eram 57), mas continuam muito grandes as disparidades entre as diversas regiões do país e entre diferentes grupos étnicos e sociais. No Nordeste, por exemplo, este número é de 36,9 por mil e para a população negra é de 27,9 por mil (37% maior do que para a população branca). A taxa para a população branca é de 20,3 por mil nascidos vivos. Das 11,5 milhões de crianças com menos de seis anos no Brasil, 56% vivem na pobreza, em famílias com renda per capita de menos de meio salário mínimo.

Um contingente de 61,3 milhões de brasileiros de 14 anos ou mais não trabalha nem procura ocupação e, portanto, não entra nas estatísticas do desemprego. Trata-se de 38,5% da população considerada em idade de trabalhar pelo IBGE, o que equivale à soma do total de habitantes dos Estados de São Paulo e do Rio. Mesmo tirando da conta os menores de 18 e os maiores de 60 anos, são 29,8 milhões de pessoas fora da força de trabalho, seja porque desistiram de procurar emprego, seja porque nem tentaram, seja porque são amparados por benefícios sociais. O grau

de instrução da maioria dos que não trabalham nem procuram emprego, previsivelmente, é baixo: 55,4% não chegaram a concluir o ensino fundamental. Porém, quase um quarto do total conta com ensino médio completo ou mais escolaridade. Considerando toda a população em idade de trabalhar, de 159,1 milhões, as proporções dos grupos menos e mais escolarizados são semelhantes, na casa dos 40%.

A informalidade toma conta do mercado de trabalho e dilapida direitos duramente conquistados ao longo do século XX e seus números assustam. Em 2006, a PEA (População Economicamente Ativa) era de 97,528 milhões de trabalhadores, sendo a População Desocupada de 8,210 milhões e a População Ocupada de 89,318 milhões, e destes apenas 30,1 milhões tinham carteira assinada, ou seja, apenas 33,7% tinham emprego formal.

Outro exemplo concreto de abandono e exclusão são os trabalhadores rurais, cujos direitos continuam a ser desrespeitados e a informalidade no campo é gravíssima. Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2005, há 17,8 milhões de trabalhadores rurais no Brasil, o que representa 20,5% de todas as pessoas ocupadas no país. Excluindo-se os que trabalham por conta própria – empregadores, agricultores que produzem para o próprio consumo e trabalhadores não-remunerados – há 4,9 milhões de pessoas empregadas no campo, sendo que apenas 32% têm carteira assinada.

A inserção das mulheres no mercado de trabalho no Brasil vem crescendo de maneira acelerada desde a década de 1970. Atualmente, elas representam mais de 43% da População Economicamente Ativa (PEA) do país. No entanto, persistem as diferenças entre homens e mulheres, tanto do ponto de vista da empregabilidade quanto da remuneração. Enquanto a taxa de desemprego aberto é de 12,4% para as mulheres, a dos homens chega a 9,2%. Quanto à remuneração, quando se desagrega o rendimento dos ocupados por sexo, nota-se que a renda média do trabalho das mulheres correspondia, em 2006, a 65,6% da renda dos homens.

São estarrecedores os dados de uma pesquisa do IBGE, divulgada em setembro de 2007, os quais revelam que os 10% de brasileiros mais ricos são responsáveis por cerca de 40% de todo o consumo cultural no país, cuja concentração (41% desse consumo) se dá nas regiões metropolitanas. Apenas 7,3% dos municípios possuem cinemas (menos de 10% dos brasileiros vão pelo menos uma vez por ano ao cinema, e os

que frequentam as salas com mais regularidade não chegam a totalizar 5%, sendo que cerca de 87% dos brasileiros nunca foram a um cinema). 90% dos municípios não têm equipamentos culturais, e 18,8% das cidades têm teatros ou casas de espetáculo. Cerca de 92% da população nunca entrou em um museu. Na área de literatura, as tiragens de livros são de apenas cinco mil exemplares, para um país de 200 milhões de habitantes, e 73% dos livros estão concentrados em 16% da população. O brasileiro lê, em média, 4,7 livros por ano. No entanto, quando contabilizada apenas a leitura feita por pessoas que não estão mais na escola, a conta fica em 1,3 livro por ano. Já a média de livros comprados pelos brasileiros fica em 1,1 livro por ano. Tão grave quanto esses dados é que apenas 0,2% do gasto público do país tem sido aplicado no setor cultural. Ou seja, de cada R\$ 1 milhão de recursos públicos gastos no país, somente R\$ 2 mil são investidos na área cultural.

### **3. Do que é para o que precisa ser**

A ninguém é estranho o fato de que o Brasil, no último século, vivenciou importantes transformações em todos os planos. De uma sociedade agrária passamos a ser uma sociedade predominantemente industrial, com um nível de industrialização superior ao da maioria dos países europeus, um país razoavelmente moderno social, cultural e economicamente, que constitui um sistema econômico nacionalmente integrado. Além do mais, ultrapassou o limite de ser um mero apêndice do sistema internacional e ganhou a capacidade de criar ciclos próprios de crescimento. Ressalte-se também que, em cerca de dez anos, venceu a inflação (de quase 30% mensais para em torno de 5% anuais), estabilidade sempre defendida pelo PPS e conquista a ser preservada, mas que lamentavelmente encontra-se ameaçada pela política econômico-financeira do governo Dilma.

Foram também imensos, nesse período, os avanços no social. O índice de urbanização saltou de menos de 50% para 82,82%. A melhoria da qualidade de vida nos centros urbanos, com o avanço da industrialização aliada à expansão da produção agrícola de caráter intensivo, com baixo uso de mão-de-obra, acabou por atrair grandes contingentes populacionais, anteriormente fixados no campo, num processo vertiginoso que ao mesmo tempo em que nos dá um ar de modernidade cria problemas críticos nos grandes e médios municípios.

O Brasil construiu também um processo democrático que se amplia e se consolida, com eleições regulares, livres, no essencial honestas e competitivas, baseadas no sufrágio universal. Mais que isso, entre um período eleitoral e outro, as instituições democráticas vêm funcionando relativamente bem. O eleitorado que, em 1950, somava 11 milhões que correspondiam a 21% da população, hoje alcança cerca de 142 milhões correspondendo a 2/3 da população. Houve importante crescimento de associações de todo tipo através das quais a sociedade se organiza e procura influenciar e obter maior controle sobre a ação do Poder Executivo, do Legislativo e mesmo do Judiciário.

Assinale-se que o país adentrou o século XXI em uma situação nova, almejando por profundas reformas, amplamente e há muito tempo reclamadas. E uma delas diz respeito à própria política e à cidadania, no sentido da ampliação das liberdades e de novos rumos para o país. Porém, para seguir nessa trilha é necessário ter clareza quais os obstáculos a enfrentar.

Nos últimos vinte anos, se a estabilidade da moeda foi direcionada para preparar as bases de um novo ciclo de progresso, os governos Lula e Dilma, assim como o de FHC, não se preocuparam em moldar um projeto transformador para o país. Nem fizeram nada para romper com os componentes históricos estruturais que impedem o desenvolvimento social com a generalização da cidadania, incorporação e organização de milhões de excluídos, reforma democrática do Estado, combinar crescimento econômico com emprego e distribuição de renda, modernização produtiva com equidade e respeito ao meio ambiente, e integração competitiva da economia brasileira à economia mundial.

No pleito de 2002, o povo votou nas alternativas que buscavam integrar a maioria dos brasileiros na vida econômica e os incluir socialmente. Acreditou que para alcançar uma forma realista de superação das desigualdades, em condições como as nossas, impunham-se agressivas políticas sociais e a revisão do modelo econômico – as instituições econômicas e as relações entre Estado e produtores – convicto de que a garantia de patamares mínimos de qualidade de vida a todo cidadão e o combate à concentração de propriedade e renda, bem como a toda forma de desigualdade social, constituem, por si sós, importantes, porém não suficientes, fatores de estímulo ao desenvolvimento econômico.

Como é de todos sabido, assim como o governo Lula, o de Dilma, além de se apoiar em uma política social de fundo assistencialista

e eleitoreiro, mantém o mesmo modelo macroeconômico, o qual vem impedindo a retomada do crescimento nacional a taxas capazes de absorver o contingente de novos demandantes por trabalho e ir reduzindo, sistematicamente, o estoque de desempregados. Modelo que, ao privilegiar o equilíbrio financeiro em detrimento dos equilíbrios social e econômico, tem levado o país a um impasse ao exigir taxas elevadas de juros para garantir o equilíbrio cambial, nossas reservas, e, por conseguinte, a estabilidade da moeda. Por conta disso, a poupança privada dirige-se ao mercado financeiro e não à produção, enquanto a poupança pública esgota-se no pagamento do serviço da dívida: cerca de R\$ 218 bilhões só em 2013 de juros pagos da dívida pública, que já ultrapassa R\$ 2,12 trilhões, isto é, cerca de 40% do PIB brasileiro. A grande tarefa que se impõe é o restabelecimento do primado da economia real sobre a especulativa e da prioridade das demandas sociais sobre a lógica do mercado financeiro.

Para nós, a política social, entendida como política de desenvolvimento social, é tão estratégica quanto a política econômica. Combater a pobreza e a exclusão social não é transformar pessoas e comunidades em beneficiários passivos e permanentes de programas assistenciais, mas fortalecer as capacidades de pessoas e comunidades de satisfazer suas necessidades, resolver seus problemas e melhorar sua qualidade de vida.

Daí porque entendemos que compartilhar com a sociedade as tarefas de formulação e implementação de uma estratégia de desenvolvimento social não é apenas uma possibilidade, mas uma necessidade na sociedade contemporânea. É preciso contar com a participação de todos na tarefa de promover o desenvolvimento social e, sobretudo, é preciso contar com o protagonismo da sociedade.

As reformas estruturais, de caráter democrático, devem ir ao encontro do estabelecimento de políticas inovadoras sobretudo em áreas como as de educação (formação, qualificação e treinamento dos brasileiros é o investimento de mais alta taxa social de retorno a médio e longo prazos que um país pode fazer) e de ciência e tecnologia, bases principais dos novos padrões de desenvolvimento. Repousam particularmente nestes dois campos as maiores esperanças nacionais na formatação de um novo espírito empreendedor que possa romper com velhos paradigmas do passado e assim trazer uma nova energia às principais demandas da sociedade.

## 4. O Brasil quer mudanças

A eleição de outubro, desfecho da campanha eleitoral que se inicia, será crucial para a definição do rumo do país, seu desempenho econômico e social, assim como do papel que ocupará numa ordem mundial caracterizada pela interdependência crescente entre os países. Não é o momento de escolhas tímidas e conservadoras, nem da opção por candidatos e propostas que estão aquém das exigências da conjuntura. Num mundo em mudança acelerada, o custo da inércia, da acomodação intelectual, do refúgio nas fórmulas consagradas é pesado. Para avançar, é preciso mudar.

O Partido Popular Socialista empenha-se, agora, junto com os partidos com os quais está se coligando, na construção de um instrumento político capaz de levar a alternativa da mudança ao embate eleitoral. Daí ter apresentado sua contribuição para o elaborar de um programa comum de governo à Presidência da República. Nossa proposta ancora-se em nossa história e tem como norte uma sociedade que atenda padrões elevados de democracia, equidade e fluência.

Esse objetivo converge para o consenso formado nos foros internacionais: desenvolvimento não é redutível a crescimento econômico, mas abriga como dimensões necessárias a ampliação da democracia, a redução das desigualdades e a diretriz da sustentabilidade. A história recente mostrou a um tempo a necessidade e a insuficiência dos mecanismos de mercado e do Estado para a regulação das relações econômicas e sociais. A lacuna que resta só pode ser ocupada pela cidadania organizada, pela transparência, pelo controle e participação do cidadão. Nesse sentido, a qualidade da democracia hoje é condição do desenvolvimento e é preciso um ganho expressivo de qualidade para que a democracia brasileira tenha condições de responder à altura aos desafios do presente.

Na mesma perspectiva, está claro que desenvolvimento é tarefa complexa que exige o concurso das potencialidades de todos. Manter grande parte da população à margem da produção e do consumo, como faz ainda o Brasil, apesar dos ganhos obtidos, é um desperdício criminoso de trabalho e talento, que causa perdas a todos nós. Daí a urgência do avanço no rumo da equidade. E, neste sentido, devemos trabalhar com o cruzamento da equidade geracional com a equidade intergeracional. É que garantir a equidade, dentro das gerações, não tem qualquer sentido, se não

formos capazes de garanti-la às gerações futuras, que têm o mesmo direito aos serviços ecossistêmicos como as gerações atuais.

No tocante à sustentabilidade, nossa aposta é numa sociedade de transição – do insustentável para o sustentável, tendo em vista que é preciso um longo processo de transição. Uma das questões que são colocadas hoje pela realidade é como chegaremos à sociedade de transição e quais elementos são estruturantes para nos levar a ela, já que não acreditamos que o sustentável virá por gravidade. Este é um ato intencional e de vontade.

Sustentabilidade, por sua vez, não mais pode ser vista como um acréscimo politicamente correto ao sistema anterior de produção. O fim da economia baseada no carbono é fato e o desenvolvimento seguirá a trilha aberta pela mudança da matriz energética. O Brasil, apesar das enormes vantagens comparativas de que goza nesse campo, está atrasado na formulação e implementação dessa mudança.

Democracia, equidade e sustentabilidade são os eixos da sociedade que emerge, a sociedade do conhecimento.

O atendimento às demandas simultâneas desses eixos impõe educação, ciência, tecnologia e inovação como tarefas centrais na agenda da política.

Nosso desempenho no que se refere à ciência e tecnologia ainda está aquém do necessário, particularmente em relação à tecnologia e inovação. Mas o desempenho do Brasil em educação, na formação do cidadão e do trabalhador da sociedade do conhecimento, é calamitoso, conforme as comparações internacionais disponíveis.

Num mundo de interdependência crescente, as relações internacionais, políticas, comerciais e culturais assumem importância inédita. Ganham destaque, em especial, os processos de integração regional e a construção e o aperfeiçoamento dos organismos responsáveis pela governança mundial.

Ambas as dimensões merecem atuação mais incisiva por parte do Brasil.

Afinal, é cada vez maior o número de decisões vitais para os interesses brasileiros, positivas e negativas, tomadas ou postergadas nesses organismos.

Com base nessas diretrizes, o PPS apresentou as seguintes propostas:

#### 4.1. Ampliação da democracia

A ampliação progressiva da democracia, a política da radicalidade democrática é central para o Partido Popular Socialista. Não a vemos

apenas como um objetivo normativo, mas como uma necessidade imposta pelas condições do desenvolvimento hoje.

Muito há a caminhar, em termos de aumentar a transparência dos atos governamentais e a participação do cidadão, melhorar a qualidade da representação política, sanar os desequilíbrios enormes entre os poderes da República e os níveis da Federação.

A reforma política é, para nós, um processo demorado, de acumulação de ganhos. O ponto inicial, contudo, que deve ser enfrentado na primeira hora do novo governo é a mudança da legislação eleitoral e partidária. Para haver partidos efetivos e legislativos atuantes, a regra deve mudar.

### **Para tanto o PPS propõe:**

4.1.1. Reforma Política imediata em torno do voto distrital misto, com lista fechada com alternância de sexos e financiamento público de campanha.

Uma condição essencial para que a lista fechada não sirva a uma farsa é a adoção de legislação que garanta o exercício da democracia interna e dos princípios da transparência, do pluralismo e da alternância de poder no interior dos partidos políticos.

Se a mudança da regra eleitoral é o ponto inicial da Reforma, a mudança de sistema de governo é seu horizonte. Propomos, portanto,

1.2. O retorno do parlamentarismo à agenda, com a perspectiva de sua adoção em caráter experimental em municípios e estados, sujeita à aprovação popular posterior.

A partir da reforma eleitoral e partidária torna-se possível avançar na reforma democrática do Estado, considerando-se que o acréscimo de um componente gerencial em determinados segmentos do Estado deve ser acompanhado pelo incremento da participação da sociedade civil organizada.

### **Assim, propomos:**

4.1.3. A Reforma Democrática do Estado, com a redução imediata de 50% do número de cargos de livre provimento e fortalecimento simultâneo dos instrumentos gerenciais e participativos da gestão pública, dotando-a de uma necessária transparência ao escrutínio da cidadania.

Além do aumento da eficiência e da participação, está em jogo o caráter dos instrumentos utilizados pelo poder público. Há instâncias e organizações submetidas de forma direta à vontade popular, cujos titulares

dependem da indicação dos eleitos, e instâncias e organizações outras cujo bom funcionamento depende do alinhamento a regras de caráter técnico, cujos titulares, aprovados pelos representantes do povo, dispõem de autonomia e mandato.

### **O PPS propõe:**

4.1.4. A rediscussão da estrutura do Estado brasileiro, com redução no mínimo pela metade do atual número de Ministérios (hoje são 39, para atender ao esquema do chamado “presidencialismo de coalizão”), assim como definição clara dos limites de atuação de agências reguladoras e outras organizações relativamente autônomas e os demais órgãos do Poder Executivo.

A mudança na regra eleitoral enseja o fim da corrupção estrutural que comanda nossas eleições, bem exemplificada pela prática generalizada do chamado “caixa dois”. Será o momento de prosseguir nesse rumo e avançar nas exigências de transparência, de candidatos, partidos e governantes, bem como no fortalecimento dos mecanismos de fiscalização e controle. Propomos:

4.1.5. A generalização do e-governo, com exceção apenas das matérias com implicações em termos de segurança nacional.

### **4.2. Redução das desigualdades**

Nos 25 anos de democracia, particularmente nos 16 últimos anos de estabilidade econômica, conseguimos no Brasil avanços significativos em termos de inclusão social e redução das desigualdades. Porém, é preciso reconhecer que ainda estamos longe da situação de equidade mínima necessária. Pobreza e indigência caíram, mas seus percentuais continuam elevados. Além disso, parte importante dos egressos da indigência alcançou uma situação de consumo nova, compatível com a sobrevivência, mas não foi incluída de forma plena em termos de inserção produtiva nem de autonomia cidadã.

Para prosseguir nesse rumo precisamos de instrumentos novos de política econômica e social. O Partido Popular Socialista propõe, em primeiro lugar,

4.2.1. A continuidade das políticas de transferência de renda existentes, com controle maior sobre a seleção de beneficiários e a partilha de responsabilidades por sua implementação com os governos municipais.

Essas políticas têm o mérito de manter a vida dos cidadãos beneficiados. Responderam, com os aumentos continuados do salário mínimo,

pela redução do percentual de indigentes da população brasileira. Não enfrentam, contudo, as questões da pobreza e da desigualdade, que exigem políticas de mudança estrutural para seu enfrentamento.

Trata-se de criar as condições para o início de um círculo virtuoso de acumulação de capital social.

### **Para tanto, o PPS propõe:**

4.2.2. A educação em tempo integral como meta nacional, acompanhada de uma política rigorosa de avaliação de resultados, base para o incremento progressivo da qualidade do ensino.

A inserção produtiva é dimensão indispensável à inclusão do cidadão.

Na sociedade nova, na economia do conhecimento, sob a diretriz da sustentabilidade, o mundo do trabalho se transforma. A questão laboral é cada vez menos redutível ao emprego.

O trabalho autônomo, o trabalho familiar, as pequenas empresas, as cooperativas, respondem em conjunto por um número cada vez maior de trabalhadores, no Brasil e no mundo. O trabalhador de novo tipo participa em maior medida que o assalariado dos riscos e dos ganhos do empreendimento.

### **O PPS propõe:**

4.2.3. A formulação e implementação de uma política nacional de trabalho, que contemple o aumento do emprego, o apoio à pequena e microempresa, o estímulo ao associativismo e a promoção do empreendedorismo, com participação importante dos governos municipais, e forte viés de transferência e renovação tecnológica, além de políticas específicas de capacitação profissional.

No Brasil de hoje, as cidades concentram a população, a pobreza e as desigualdades.

O combate a esses problemas não pode prescindir da consideração da questão urbana. Sucessivos governos têm tratado essa questão apartada da questão da desigualdade. O atual governo soube transformar o que poderia ser um importantíssimo projeto de coesão social e transformação das cidades, como desenhado no Estatuto das Cidades, em balcão de negócios para regular o direito de incorporadoras e construtoras.

Caberá ao novo governo retomar o papel da cidade enquanto lugar de afirmação das políticas públicas de promoção social e da conexão dessas políticas com a questão da sustentabilidade.

É prioritário que o novo governo invista em cidades sustentáveis, e que também promova a equidade. Da mesma forma será necessário que haja uma política nacional de estímulo às políticas municipais de desenvolvimento, em seu sentido mais amplo.

### **O PPS propõe:**

4.2.4. A reforma urbana como política nacional, com incidência sobre a propriedade do solo, a reorganização do espaço urbano, a mudança radical do sistema de transportes e a reestruturação da oferta de serviços públicos, e

4.2.5. O fortalecimento do poder local, com o empoderamento dos municípios e o estímulo à participação dos cidadãos na formulação de políticas, na gestão e controle dos serviços.

O PPS defende ainda a continuidade e aprofundamento das políticas de combate às desigualdades de gênero, da raça e da região. Para essa última questão propõe:

4.2.6. A definição e implantação de uma política de desenvolvimento regional, com prioridade para a Amazônia e a região Nordeste, nos marcos da nova economia da sustentabilidade.

### 4.3. A premissa da sustentabilidade

A controvérsia em torno da sustentabilidade como premissa do desenvolvimento está vencida. A mudança da matriz energética, o caminho na direção de uma economia não dependente do consumo de carbono é irreversível e o grau de ousadia do engajamento dos diferentes países nessa mudança será fator relevante na competição internacional.

O Brasil detém vantagens excepcionais nessa conjuntura, com destaque para a matriz energética limpa e o estoque de biodiversidade que o território nacional abriga. Falta-nos, ainda, clareza na definição política do rumo a tomar. Todas as decisões da política econômica, inclusive aquelas relativas à velha matriz, como o projeto do pré-sal, devem tomar como norte o futuro do pós-carbono. Nesse cenário, fica clara a centralidade da política de ciência, tecnologia e inovação.

### **O PPS propõe:**

4.3.1 Uma política de C&T, voltada para as exigências do novo tempo, que aumente de forma notável os investimentos no setor, priorize a articulação com o setor produtivo e supere o gargalo hoje existente em termos de inovação.

Impõe-se, também, acelerar o processo de mudança da matriz energética.

### **O PPS propõe:**

4.3.2 Prioridade para a expansão do uso de energias alternativas como o etanol, a eólica, a solar, a biomassa, as hidroelétricas de pequeno e médio porte, a energia nuclear, bem como para programas de aumento da eficiência no transporte e uso da energia.

Esta é uma opção política que implica mudança radical na matriz de transportes brasileira.

### **O PPS propõe:**

4.3.3 A transição acelerada para uma nova matriz de transportes, com prioridade para a ferrovia e a hidrovía, em detrimento da rodovia; para o transporte coletivo em detrimento da locomoção individual.

A agropecuária brasileira, em boa parte graças ao investimento público em ciência e tecnologia, encontra-se na vanguarda da produção mundial.

Cumprir superar a oposição entre agropecuária e sustentabilidade e caminhar na direção de uma agropecuária sustentável. Para tanto é necessário prosseguir no desenvolvimento científico e tecnológico com o objetivo simultâneo de aumentar a produtividade e preservar adequadamente a terra e os recursos naturais, notadamente os recursos hídricos.

### **O PPS propõe:**

4.3.4 Elevar o investimento em pesquisa e transferência de tecnologia, com ênfase na sustentabilidade e foco especial na agricultura familiar.

Esses os pontos sobre os quais devemos centrar nossa intervenção política, visando contribuir para um efetivo desenvolvimento econômico centrado na sustentabilidade ambiental e socialmente justo, fruto da inclusão produtiva de nossos cidadãos e cidadãs.

## **5. Os partidos e o processo eleitoral**

A Constituição brasileira impõe a qualquer pessoa, como condição de elegibilidade, a filiação partidária. Por exigência legal, o partido endossa a ascensão do candidato à vida pública, acolhendo-o em suas fileiras, escolhendo-o em convenção, registrando-o na Justiça Eleitoral com

numeração identificadora de um partido decente, orientando-o e apoiando-o no processo da campanha eleitoral e criando as condições eleitorais para a sua vitória. Isto basta para dizer que a filiação a um partido é condição indispensável para concorrer a qualquer eleição. E, aí, ser eleito. Porém, até bem pouco, esse detentor de mandato, que o exerce em nome do partido pelo qual é eleito, virava as costas a quem lhe abrigara assim como aos eleitores que acreditaram em suas palavras e propostas. Destaque-se também que além da infidelidade, essa atitude, como é natural, modifica o equilíbrio político oriundo da vontade dos eleitores.

Nas eleições proporcionais – de deputados – a quantidade de cadeiras na Casa legislativa é definida pelos votos conseguidos não pelo candidato, mas pelo partido, originando o chamado quociente eleitoral. Como se sabe, o que decide a eleição são os votos obtidos pelo partido, e não os atribuídos ao eleito.

Outro fato importante e pouco conhecido dos brasileiros em geral é que entre os 513 deputados federais eleitos, não chegam a duas dezenas aqueles que, sozinhos, conseguiram mais votos que o coeficiente eleitoral exigido. Isto significa que a quase totalidade da Câmara depende dos votos da legenda partidária para garantir os seus mandatos, não tendo condições de se eleger por conta própria, apenas com os votos obtidos por cada um deles, individualmente.

Fidelidade é uma via de mão dupla. Não é só o filiado que tem que ser fiel ao partido por cuja legenda concorreu, porque o partido também quer ser fiel a seus filiados. E como poderemos comprovar essa fidelidade? Não é muito complicado.

O Partido tem um programa. Tem instâncias decisórias na sua cidade – o Diretório Municipal –; no seu estado – o Diretório Estadual –; e, finalmente, o Diretório Nacional. A cada uma e a todas essas instâncias cabe a obrigação de verificar se o programa vem sendo cumprido, se estão sendo respeitadas as decisões coletivas adotadas, respeitado o direito de cada filiada ou filiado manifestar sua opinião pessoal publicamente e propor a mudança que quiser.

Integrar-se à atividade partidária significa não apenas participar das reuniões da sua organização, cumprir as tarefas que lhe são designadas ou tomar iniciativas de conquistar novos filiados, mas é imprescindível procurar atuar no seu local de trabalho, de estudo, de moradia ou onde pratica o seu lazer.

É importante também participar dos congressos e convenções e das reuniões da direção, sempre que possível, para garantir a lisura das decisões partidárias, impedindo que caciques eleitorais, ainda por seu discutível poder de voto, acabem por levar a esses pleitos a impressão digital de uma vontade que quer ser maior que a vontade coletiva.

Veja você que, a partir daí, sua responsabilidade aumenta. Você não vai impor sua ideia. Nem sua vontade. Você vai discutir essa ideia com quem, de dentro do partido, quer, também, insistir nas modificações que o poder coletivo entender necessárias.

## **6. Mais mulheres no poder e gestões transpassadas pela questão de gênero**

Além da fundamental presença das mulheres nos espaços de poder e decisão, precisamos de políticas que enfrentem as desigualdades existentes em nosso país, bem como de mulheres e homens comprometidos com plataformas de igualdade, que assegurem orçamentos para sua implementação.

A seguir elencamos eixos de políticas para serem incorporadas nas plataformas de candidatas e candidatos identificados com o enfrentamento ao racismo e à discriminação de gênero e com os princípios da igualdade e respeito à diversidade, à equidade, à laicidade do Estado, à justiça social e à transparência dos atos públicos.

Essas propostas de programas/ações devem ser incorporadas pelos eleitos aos cargos dos executivos federal, estadual e distrital, através das leis do ciclo orçamentário – Plano Plurianual (PPA), Lei das Diretrizes Orçamentárias (LDO) e Lei Orçamentária Anual (LOA) – e também podem ser examinadas e ampliadas pelos respectivos legislativos.

Defesa e Promoção das Mulheres nos espaços de poder garantindo condutas éticas e de responsabilidade social, eliminando práticas clientelistas, assistencialistas e corruptas, apoiando instrumentos que garantam financiamento público exclusivo das campanhas eleitorais, financiamento das candidaturas femininas, além de assegurar recursos para capacitação e formação política das mulheres e capacitação em gênero, dentre outros.

Defesa e Promoção dos direitos civis e integridade pessoal por meio da não discriminação por sexo/gênero, orientação sexual, etnia, condição física/mental ou social, idade, estado civil, religião, ideologia e origem

e combate aos crimes de discriminação e de preconceito, garantindo a parceria civil entre pessoas do mesmo sexo, e a descriminalização do aborto, dentre outros.

Defesa e Promoção da educação pública e de qualidade em todos os níveis, implantando a educação sexual nas escolas, com ênfase na prevenção da gravidez na infância e adolescência, DST/Aids; a prevenção ao uso indevido de drogas; a criação e implementação de medidas de ações afirmativas e a capacitação de professores de todos os níveis sobre questões de gênero, dentre outros.

Defesa e Promoção da saúde sexual e reprodutiva por meio da prevenção e tratamento das DST/Aids; do câncer nos órgãos reprodutivos e de mama; programa de humanização do pré-natal e nascimento; assistência à concepção, garantia de todas as formas de contracepção e interrupção da gravidez. Implantação pelo SUS, de programas voltados para a saúde mental, em especial de tratamento psicológico às mulheres em situação de violência e depressão pós-parto; consolidação pelo SUS, do serviço de aborto nos casos previstos em lei (gravidez decorrente de estupro ou com risco de vida para a mulher) ou por decisão judicial (anomalias fetais), acolhimento da mulher frente à gravidez indesejada, dentre outros.

Defesa e Promoção de medidas e programas de prevenção à violência de gênero tais como: Centros de Referência da Mulher com atendimento social, jurídico e psicológico às mulheres em situação de violência; Delegacias Especializadas de Atendimento à Mulher (Deam); abrigos temporários para as mulheres em situação de violência, acompanhadas de seus filhos; criação/fortalecimento das Defensorias Públicas, em todos os estados brasileiros, com núcleos de atendimento à mulher em situação de violência doméstica; combate ao tráfico interno de pessoas e o internacional de mulheres ao turismo sexual, que atinge particularmente as crianças e os/as adolescentes, com políticas públicas e ao combate ao abuso e exploração sexual de crianças e adolescentes em âmbito doméstico e extra familiar, dentre outros, com ênfase e apoio integral à Lei Maria da Penha.

Defesa e Promoção de medidas e programas de trabalho/geração de renda/trabalho doméstico, como por exemplo: Combate às discriminações contra as mulheres no mercado de trabalho; promoção, capacitação, ocupação de cargos de chefia e saúde da mulher; reconhecimento e valorização do trabalho doméstico não remunerado; elaboração/

implantação de programas de formação, capacitação e aperfeiçoamento profissional para as mulheres (com inclusão à tecnologia digital); garantia da valorização e do aproveitamento do conhecimento das mulheres no manejo, utilização e conservação dos produtos naturais e aplicação de valores socioambientais ecologicamente corretos; erradicação do trabalho escravo e do trabalho infantil (com atenção especial na área do trabalho doméstico) com denúncias e exigências de punições, dentre outros.

Necessário e imprescindível é o compromisso do PPS em assumir gestões governamentais transpassadas pelas perspectivas de gênero, raça/etnia, orientação sexual, geração e direitos humanos.

## **7. Planejamento e gestão da campanha**

Assim como no esporte, a política tem sua lógica, apesar das crenças em contrário. E essa lógica, no futebol, é comprovada em qualquer tipo de campeonato.

Eles são, em sua maioria, decididos por um número reduzido de times.

Geralmente são os mesmos clubes que chegam às finais, graças, sobretudo à (i) capacidade de organização, criada por uma série de fatores, entre eles o dinheiro e; (ii) capacidade de motivação dos jogadores e das torcidas. Na política, também a capacidade de se organizar e de motivar a torcida, no caso a militância e o eleitorado, é fator decisivo quando chega a hora da decisão.

Nosso objetivo aqui é contribuir com os candidatos do PPS nessa árdua, porém gratificante, jornada em busca de espaço nos poderes federal e estaduais nas eleições de 2014. Porém, longe de nós a pretensão de ensinar candidato a ser candidato. Nada mais desejamos que colaborar para iluminar caminhos, contribuindo para racionalizar campanhas, economizar recursos escassos e, desta forma, ajudar a conquistar a simpatia dessa pessoa arisca chamada eleitor(a) e, conseqüentemente, lugares ao sol para nossos candidatos e nosso partido.

### **A vitória começa em casa e cedo**

Você se colocou como pré-candidato e está disposto a se apresentar à convenção do partido pleiteando uma vaga nas chapas que vão se formar. Campanhas eleitorais são muito envolventes. Nelas, o candidato vai, aos poucos, perdendo o controle sobre o seu tempo. As rotinas conhecidas

desaparecem e são substituídas por outras muitas vezes inesperadas. Portanto, é no início da campanha que algumas iniciativas fundamentais devem ser tomadas.

- 1) Uma delas, importantíssima, é o envolvimento de toda a família. No caso, esses esclarecimentos são fundamentais. Filhos e filhas devem estar convencidos do caminho tomado pelo pai ou pela mãe. O apoio da família é essencial. A campanha tem de começar com essa questão bem resolvida.
- 2) A questão financeira: Eu tenho dinheiro para bancar a campanha ou tenho onde buscá-lo? A resposta a essa pergunta é crucial. Campanha sempre exige algum dinheiro. Esses recursos têm de estar garantidos até uns sessenta dias antes da eleição. Mas ninguém deve ficar enxergando o diabo mais feio do que ele é na realidade. As campanhas nem sempre são o sorvedouro de dinheiro que muitos imaginam.

Tudo depende do candidato, suas relações, o tipo de trabalho que desenvolve na comunidade. E, à medida que o trabalho eleitoral começa e o candidato vai crescendo, os apoios vão aparecendo.

É impossível definir custos em termos de material, redes sociais, publicidade etc. Isso depende do tamanho do eleitorado, sua distribuição pela base eleitoral etc. Mas, por mais barata que seja a campanha, algum dinheiro terá de ficar à mão.

- 3) Minha saúde aguentará o ritmo de campanha, com os dias cada vez mais longos e noites cada vez mais curtas, e comidas muitas vezes indigestas? A essa pergunta a resposta até pode ser o mais-ou-menos, pois, dependendo da situação, dá para se conciliar algumas escapadas para descanso, mesmo no auge da campanha.
- 4) Eu sou um candidato pragmático, buscando na política possibilidades de enriquecimento material ou atendimento a vaidades pessoais ou sou do tipo idealista, que pretende contribuir para o bem do país e da comunidade onde vivo? A resposta a essa pergunta pode ser fundamental em um partido como o PPS, comprometido com um programa de mudanças para a nação. O entrosamento entre o candidato e o conjunto partidário é muito importante.
- 5) Eu tenho condições de reunir em torno de meu nome um número suficiente de pessoas que ajudem na campanha?

## **Público-alvo**

São homens e mulheres de uma determinada área geográfica, bairro ou distrito ou segmento social ou profissional, acima de 16 anos, com título de eleitor em dia, No início da campanha, esta é um das primeiras escolhas, pois ela determina todas as outras.

## **Preparando o time**

Feito o exame de consciência, agora é entrar em campanha, dividida em três fases em termos de envolvimento do candidato – fria, morna e quente. Estamos em plena fase fria. Os contatos em busca de apoios estão sendo feitos – lideranças comunitárias e religiosas, amigos, familiares, vizinhos e moradores dispostos a ceder muros e lugares para futuras pichações e faixas, espaço para comitês, a enviar cartas ou mensagens pela internet aos círculos de relações pedindo votos etc. E, importantíssimo, começam os contatos financeiros em busca de apoio. Agora também começa a estruturação das equipes de campanha, pagas ou voluntárias (essas cada vez mais difíceis).

## **Divisão da equipe**

Mesmo sem o saber, um candidato, independente da dimensão de sua campanha, desempenha, ou tem alguém desempenhando para ele, algumas funções cujos nomes podem até assustar à primeira vista e que passamos a enumerar.

**Assessor de marketing:** uma pessoa de ideias claras, com visão do conjunto e de cabeça fria, que dará as linhas gerais da campanha e definirá o comportamento do candidato (se radical ou suave, se deve bater ou afagar os adversários etc.), coordenará debates e opinará até no tipo de roupa do assessorado. Em resumo, ele embrulha o candidato para presente, de forma a agradar o eleitor.

**Assessor político:** uma pessoa que goze de ampla confiança do candidato e com experiência e aptidões para a função. Vai articular alianças políticas, atender reivindicações, definir a agenda do candidato e administrar o trabalho de cabos eleitorais, militantes e simpatizantes.

**Assessor de administração e finanças:** além das fundamentais questões de dinheiro, concentram-se nele responsabilidades como organizar comícios, panfletagens, transportes, recebimento e despacho de materiais

e toda a infinidade de tarefas que mantêm a campanha em andamento.

Assessor jurídico: advogado eficiente e, principalmente, ágil, para não perder prazos e oportunidades de conquistar espaços na mídia.

Assessor de comunicação: redator(a) de textos para faixas, muros, folhetos, definição de pontos para panfletagens e internet, cuidando também das relações com a mídia (rádio, jornal, blogs e TV), que precisa de notícias. Se o candidato não for capaz de produzi-las, não há assessoria que consiga conquistar espaços, por mais prestígio que tenha.

Gerente de comitê: pessoa organizada, de trato ameno, mas firme, que lidará com gente de todo tipo, muitas delas voluntárias.

Coordenador de campanha: pessoa com visão geral do conjunto que articula o trabalho da equipe e que tomará todas as decisões relativas à burocracia em nome do candidato.

### **Organizando o comitê**

Definida a equipe, é hora de se começar a pensar no comitê de campanha, lugar onde acontecerão muitas das coisas mais importantes que contribuirão para o sucesso ou não da candidatura. O ideal é que se localize em local de passagem de muita gente, em praças e ruas de grande movimento. No auge do processo eleitoral, deve ficar o mais agitado e alegre possível, mostrando que a campanha decolou.

Além de ser o centro burocrático e financeiro, o comitê é um bom meio para se motivar e envolver visitantes e simpatizantes na campanha. Muitas vezes, a pessoa passa para uma visitinha rápida a alguém, se empolga com o ambiente e passa a integrar a equipe voluntariamente.

A divisão física de um comitê depende das dimensões da campanha, mas no mínimo tem de ter uma recepção para cercar os chatos e desocupados que infestam sempre esses lugares, uma telefonista para atender, anotar e triar recados, espaço para armazenar e conferir material, um lugar reservado para o candidato descansar e receber convidados, uma copa/cozinha, banheiros, mesa telefônica e uma área para atendimento a panfleteiros.

A participação das pessoas no comitê também é uma boa referência para o andamento da campanha. Vamos supor que, numa campanha modesta, existam no início umas cinco pessoas agindo. Esse número deve pelo menos dobrar até o final. Caso isso não ocorra, é porque as coisas vão mal.

## **Propaganda, a alma do negócio**

Escolhida a equipe, montado o comitê, começa a fase de começar a embulhar o candidato para presente, preparando-se o tal do marketing político.

A primeira coisa a fazer nessa fase é definir qual será a abrangência da campanha, se o candidato buscará votos pingados em toda a comunidade ou se terá um eleitorado específico.

Estabelecido seu público principal, é hora de elaborar a plataforma eleitoral, aquilo que será apresentado aos eleitores como meta do candidato, se eleito. Se seu público, por exemplo, forem os ambientalistas, poderá se comprometer, sinceramente, a defender os cursos de água da região.

Depois de estabelecida a plataforma, elaboram-se o slogan e a logomarca da campanha – aquele desenhinho que passará a enfeitar todas as publicações do candidato, visando marcar bem, visualmente, sua candidatura.

A definição da plataforma deve ser precedida de uma pesquisa, que pode ser por meio do “Fala, Brasil!” ou se constituir em bate-papos com as fontes habituais de informação em comunidades pequenas – barbeiro, farmacêutico, padre etc. ou reuniões com grupos de pessoas em seu bairro. Nessa pesquisa, devem ser apuradas as aspirações principais da comunidade-alvo e, também, a imagem que essa comunidade tem do candidato, em termos pessoais – se é simpático, boa praça, ou se é considerado agressivo, arrogante etc.

É a partir desse trabalho preliminar que será desenvolvido todo o esquema de propaganda.

## **Novas tecnologias nas campanhas eleitorais**

Com a rápida ampliação do número de usuários no Brasil, a internet e o telefone celular passaram a ser considerados, a cada ano, significativo e indispensável meio de comunicação e de organização para auxiliar nas campanhas eleitorais. Em 2013, cerca de 78% dos usuários brasileiros estavam em idade eleitoral. Quem hoje tem 16 anos, nasceu numa época em que a internet e o celular já eram realidade.

O Brasil possui cerca de 67 milhões de usuários ativos e cerca de 102 milhões que acessam a rede pelo menos uma vez por semana, seja de casa, do ambiente de trabalho ou de centros públicos de acesso (lamhouses). A internet chega também às classes C, D e E, por meio dos dispositivos móveis

(celulares), que já vêm equipados com câmeras de vídeo, gravadores de som e suporte ao acesso web e alcançam mais de 120 milhões de pessoas.

A informação é fácil de ser obtida, produzida e repercutida. O poder sobre o conteúdo é compartilhado. Os usuários deixam de ser consumidores passivos para se tornar produtores ativos de conteúdo. Sob esta nova realidade surge a web 2.0 que promove nos sites a maximização da interatividade permitindo que o candidato promova a conversação entre eleitores dentro do seu site.

A resolução eleitoral 2014 prevê o uso nas redes sociais de twitter, facebook, watsaps, orkut, youtube como meios de promoção da campanha na internet, além do site oficial da candidatura.

O recente exemplo das eleições americanas provou que o bom uso da internet pode fazer grande diferença no resultado eleitoral e apesar da realidade brasileira ser outra, os principais candidatos devem constituir equipes especializadas para atuar no ciberespaço, espalhando e respondendo boatos, mobilizando a militância em momentos decisivos e principalmente mantendo as bases partidárias informadas dos acontecimentos em tempo real.

A eleição de 2014 deve aprofundar o impacto da utilização dessa tecnologia no dia a dia das campanhas, especialmente nos grandes centros urbanos, onde o número de usuários é mais significativo e onde já começa a existir um uso mais frequente para fins políticos.

### **Utilização da internet na pré-campanha**

No período pré-eleitoral, é necessário que os pré-candidatos estejam presentes na rede, com seus sites, blogs, participando das redes sociais, produzindo conteúdos que explicitem suas ideias, atuação político-partidária com o objetivo de fortalecer seus laços e formar suas redes de contatos. No entanto, devem tomar o cuidado de não ferir a legislação eleitoral declarando-se candidato ou pedindo voto antes do período legal permitido para a campanha.

A seguir, algumas das principais ferramentas que podem ser usadas em pré-campanha:

#### *a) Site ou Portal temático colaborativo*

Durante o período pré-eleitoral é permitido manter um site pessoal, ou seja, um espaço virtual do pré-candidato que o permite divulgar informações sobre sua atividade política, ideias, notícias, currículo e

conteúdos audiovisuais, criar enquetes, recolher e-mails de seus amigos e visitantes (futuros eleitores), sem que seja caracterizado como site de campanha. Não se pode pedir voto nem dizer explicitamente que se é candidato.

Os portais temáticos, por sua vez, são usados geralmente para a discussão de temas específicos como, por exemplo, “Soluções para o desemprego”. Neste modelo, geralmente adotado por partidos, abre-se uma ferramenta colaborativa para a sugestão de soluções para problemas do dia a dia. As pessoas informam o problema seu ou da comunidade e podem sugerir a solução de outros. Há possibilidade dos outros usuários avaliarem se aquela proposta é boa ou ruim. Tudo isso, aliado a outros recursos, faz com que os maiores responsáveis pelo conteúdo do portal sejam os usuários. O objetivo é auxiliar na criação de um programa de candidato identificado com a população, baseado nas sugestões de melhoria dos próprios internautas.

#### *b) Blogs*

São como jornais diários virtuais, em que a informação fica disposta linearmente, e organizada automaticamente em arquivos de fácil recuperação.

Populares por serem de fácil operação, manutenção e de possuírem um enorme poder mobilizador por meio de vínculos criados com outros blogs, o candidato pode centralizar toda a sua atividade de pré-campanha escrevendo artigos, postando textos, sons e vídeos com periodicidade definida, que ficam disponíveis para os comentários e distribuição dos visitantes.

#### *c) Redes sociais*

São uma forma de relacionamento interpessoal que a internet possibilita. Estar presente nas comunidades orkut, facebook, ning etc., ajuda os usuários a se organizarem por afinidades e assuntos de interesse comum, para discutirem e se mobilizarem a respeito de temas que lhes pareçam importantes.

Neste caso, o pré-candidato deve participar das “comunidades virtuais” ligadas a sua cidade ou área de atuação e criar a sua própria rede de apoiadores.

d) Os sites de disponibilização de conteúdo audiovisual como youtube e flickr se popularizaram devido ao barateamento e popularização das

câmeras digitais para fotos e filmagem, que agora estão presentes até nos telefones celulares.

Dessa forma ganham visibilidade na internet e fortalecem sua presença on line;

e) Outro uso já consagrado para a internet é o recebimento e envio de mensagens eletrônicas com informativos periódicos das atividades e temáticas mais importantes do pré-candidato. Alguns sistemas de disparo desses boletins periódicos permitem que o candidato monte sua base de e-mails (confiável) e segmente o envio, obtendo relatórios que mostram a quantidade de pessoas que abriram o e-mail, quantos clicaram no conteúdo e quantos o descartaram.

f) Microblog (twitter)

O twitter é uma ferramenta criada em 2006 que permite uma massiva mobilização de pessoas. Praticamente todas os candidatos deverão usar os recursos do twitter para divulgar em tempo real a atividade de pré-campanha.

Com o twitter, o pré-candidato pode avisar seus “seguidores” o que está fazendo naquele exato momento. Trata-se de um eficaz meio de divulgação da atividade política de pré-campanha, cobrindo os encontros comunitários, reuniões com grupos políticos e articulações de alianças para a campanha, por exemplo.

O uso concertado de todos esses recursos dará ao pré-candidato uma maior visibilidade pública e também servirá de canal para auscultar as demandas e sugestões dos eleitores para uma melhor formatação dos materiais programáticos e de propaganda.

### **Utilização da internet na campanha**

Para a campanha de 2014, o portal do PPS ([www.pps.org.br](http://www.pps.org.br)) terá uma área exclusiva de apoio ao candidato, que reunirá informações sobre a legislação eleitoral, formação política, logotipia, cursos, orientações partidárias e material para download, projeto “Fala, Brasil!”, e o portal terá também uma tela para consulta dos candidatos em sua região.

### **Quem levanta cedo bebe água limpa**

Tradicionalmente, quando as campanhas começam a pegar fogo, a partir de julho, os preços dos materiais sobem às nuvens. Daí a necessidade de se

prevenir, comprando uns pacotes de papel daqui, uns envelopes dali, panos e vinil para as faixas e cartazes, tinta, cola, programas de computadores e toda a parafernália permitida em lei e que ajuda o candidato a vencer.

Importante: acertar antecipadamente os serviços gráficos, com empresas idôneas. No auge das campanhas, esse setor fica com serviço saindo pelo ladrão.

### **Ferramentas para o sucesso**

Hoje em dia, campanha política virou um negócio altamente profissional. Consequentemente, foi incorporada uma parafernália muito grande ao processo de se fazer um candidato vitorioso. Listamos aqui algumas delas.

*Informática:* o computador hoje é essencial em um comitê eleitoral. É usado desde a fase preliminar da campanha no cadastramento de apoios, cabos eleitorais, eleitores, até a fase de apuração dos votos, para um acompanhamento paralelo da contagem. A Justiça Eleitoral fornece programas para isso aos candidatos. E até depois das eleições ele será útil, quando da prestação de contas financeiras ao TRE.

*Pesquisas:* Existem dois tipos – qualitativa e quantitativa. A primeira mede, em números, o tamanho provável do eleitorado do candidato, quantas pessoas o conhecem e o tamanho de sua base e a outra define as suas qualidades e defeitos junto ao eleitorado. Essas duas pesquisas são muito importantes no início da campanha, quando será definido o programa do candidato.

*Propaganda:* Aí está o grande nó das campanhas eleitorais modernas. É por onde sai quase todo o dinheiro, embora por si só não eleja o candidato, é a grande arma para isso. O primeiro requisito é a criatividade. Milhares de candidatos estarão inundando a cidade com suas mensagens. Funcionará melhor aquela que fugir ao lugar comum e não desapareça em meio a uma enxurrada de coisas iguais.

Além disso, criatividade significa economia. Pense nisso ao elaborar suas faixas, botões, cartazes, folhetos, jornais etc.

É praticamente infinito o universo de coisas que podem ser usadas como peças publicitárias. Um candidato em Belo Horizonte, Leopoldo Bessone, se elegeu durante anos usando um expediente barato e simples: colocava carroças, puxadas por burros, circulando pelas ruas da cidade,

com cartazes seus. Só que esse tipo de propaganda foi proibido.

Mas, apesar dessa diversidade, existem aqueles recursos tradicionais – faixas, cartazes, botões de lapelas, adesivos, pinturas de muro (muito eficiente), carros com jingles, brindes diversos, internet, out-doors etc. Mas, atenção, a propaganda só pode começar depois de realizadas as convenções para escolha dos candidatos, o que se dará entre os dias 12 e 30 de junho.

*Boca-a-boca:* é importantíssimo numa campanha e pode ser feito ainda na fase de pré-convenção, quando o possível candidato reúne-se com amigos, familiares, conhecidos, amigos dos amigos, vizinhos dos vizinhos, informando que espera contar com apoios, caso venha a ser o escolhido. Isso é feito em visitas, almoços, jantares, batizados, casamentos e em todas as oportunidades de encontros sociais. Nesses encontros são feitos ainda contatos financeiros, em busca de dinheiro para a campanha. Mesmo depois de iniciado o período da propaganda, ela é cheia de restrições: é proibido o uso de bens públicos para afixação de propaganda; a polícia tem de ser avisada com 24 horas de antecedência da realização de atos de propaganda, em recintos abertos ou fechados, comícios só entre 8h e 24h, alto-falantes só podem ser usados entre 8h e 22h exceto em comícios e, em qualquer caso, nunca a menos de 200 metros de sedes de governos, tribunais, quartéis, hospitais, escolas, bibliotecas, igrejas e teatros quando em funcionamento.

*Telemarketing:* É um recurso caro, mas eficiente. Pode ser usado para muitas coisas: pesquisa, mobilizar militância, pedir voto, formar banco de dados, acompanhar desempenho do candidato em tempo real. Pode ser montado pelo próprio comitê ou ser contratado de terceiros.

*Produtores de rádio e TV:* É a turma que produz programas gratuitos e jingles para o rádio e TV.

*Clipagem:* os candidatos devem contar com um serviço de clipagem, com o fornecimento diário de notícias sobre o desenrolar da campanha. Sua e dos adversários. Nem que seja para poder responder, em tempo, a eventuais ataques. E os que concorrem a eleições majoritárias devem, eventualmente, comprar serviços de clipagem eletrônica, quando derem entrevistas a TVs, ou rádios, ou participarem de debates.

*Treinamento:* candidatos e equipes devem passar por treinamentos para aprenderem a encarar microfones, jornalistas, falar horas sem arrebentar a garganta, e os colaboradores de uma determinada área geográfica, bairro

ou distrito ou segmento social ou profissional devem também aprender a lidar com o público. Por exemplo, todo mundo que entra em um comitê merece tratamento atencioso, pois pode significar um bom punhado de votos. Não importa como a pessoa esteja vestida ou fale.

*Muros*: Recurso importantíssimo em qualquer tipo de eleição, mas fundamental nas eleições proporcionais, principalmente para deputado federal ou estadual. Seu uso, entretanto, precisa ser autorizado pelo proprietário, por escrito. Portanto, desde já é bom o pré-candidato ir se garantindo quanto a isso.

*Faixas*: São importantes não só pelo retorno em termos de visibilidade, como pelo fato de, quando colocada em residências, deixarem claro que a família daquela casa apoia o candidato.

*Visitas, almoços, reuniões domésticas*: Excelentes oportunidades para o candidato expor suas ideias junto a formadores de opinião, possíveis financiadores, militantes e colaboradores de um modo geral, e, ao mesmo tempo, conquistar votos.

**Importante**: o recurso mais eficiente, mesmo numa campanha, é a velha sola de sapato, que leva o candidato até onde o voto está: o eleitor.

### **O time entra em campo**

Escolhido o candidato, registrada a chapa na Justiça Eleitoral, o que deve ser feito no máximo 10 dias após a convenção, é hora de colocar a campanha nas ruas.

Além do núcleo coordenador da campanha, que deve ser pequeno, coeso e de absoluta afinidade com o candidato, os elementos básicos de campanha na rua são:

*Equipe precursora*: Esse pessoal vai se antecipar às visitas do candidato para apurar nomes das lideranças locais, principais problemas (a ponte que está caindo etc.) para que o candidato tenha condições de conversar com os eleitores tendo conhecimento de causa.

*Cabos eleitorais*: Depois dos financiadores da campanha, são os elementos mais importantes. De um modo geral, são pessoas com lideranças em suas comunidades, com aspirações políticas, mas que não dispõem de votos suficientes para se elegerem. Trabalham por idealismo (raramente) ou por razões pragmáticas (futuro emprego para si ou para familiares no gabinete, dinheiro, troca de favores etc.).

*Militantes*: Em termos de importância, equiparam-se aos cabos

eleitorais. São apaixonados e dispostos ao trabalho. Seu fervor pode compensar a falta de cabos eleitorais. É o pessoal que vai balançar bandeiras, atender no comitê, distribuir panfletos, fazer boca de urna e fiscalizar apurações. Eles e elas podem ser encontrados no partido, na família, no grupo profissional.

*Simpatizantes:* São pessoas que gostam do candidato, concordam com suas ideias e acreditam no seu trabalho, mas indispostas para o trabalho de rua. Podem dar uma força, de vez em quando, no comitê, colaboram com algum dinheiro e chegam até a pedir algum voto na família e no círculo de amigos. Podem também servir de ligação entre o candidato e esse círculo, oferecendo almoços, churrascos, ou criando outras oportunidades de encontros. Além disso, podem ser bons formadores de opinião favorável ao candidato.

*Pessoal de rua:* Vai para as esquinas distribuir panfletos, santinhos, balançar bandeiras. De um modo geral, é pago, mas há ainda os militantes que atuam por idealismo. Mas cuidado: esse pessoal tem de andar de roupa limpa, ser treinado e fiscalizado para evitar que fique o tempo todo onde há sombra e não onde passam os eleitores, além de evitar abordagens agressivas que importunem as pessoas, evitar conflitos com grupos adversários e comportamentos constrangedores, quando em serviço.

### **Cuidado com os fornecedores**

Os candidatos e seu comitê devem ficar de olho vivo nos fornecedores. Verificar se têm bom nome na praça, se cumprem com prazos e se seus equipamentos dão conta do recado. (...)

### **Alguns erros comuns que devem ser evitados:**

- Desconhecer a política do Partido e a opinião de suas principais lideranças.
- Desconhecer os problemas e as lideranças da comunidade.
- Ser arrogante, achando que sabe tudo.
- Não prometer ou prometer muito além do possível e do crível.
- Não ter propostas claras e viáveis.
- Tentar enganar os eleitores com opiniões insinceras. Mentir sobre o passado.
- Subestimar a inteligência do eleitor.

- Hostilizar a imprensa.
- Mudar ou descuidar da aparência pessoal durante a campanha.
- Fazer declarações infelizes.
- Dar importância a boatos e provocações tornando-os pauta política.
- Exibir preconceitos de qualquer ordem.
- Ter imagem ruim na comunidade.
- Esquecer de agradecer os apoios recebidos.
- Admitir brigas na equipe e que esta seja subserviente e desmotivada.
- Passar a campanha toda reunindo com a equipe.
- Deixar faltar dinheiro básico de campanha.
- Não ter a preocupação necessária com a captação de dinheiro.

## 8. Aspectos essenciais da Campanha Eleitoral

**Coordenação de Marketing** – cuidará da definição da postura e imagem do candidato, além da propaganda, da assessoria de imprensa, da contratação de pesquisa, da participação do candidato em debates e entrevistas, dos logotipos e da identificação visual da campanha. Deve ser um profissional do setor.

**Coordenação Política** – será encarregada das negociações, das alianças e da orientação aos cabos eleitorais. Deve ser alguém vinculado orgânica e politicamente ao partido ou à coligação e de absoluta confiança do candidato.

**Coordenação de Material de Campanha** – cuidará da operacionalização das peças de campanhas produzidas pelo núcleo de marketing ou pela agência contratada, tais como panfletos, bottons, distintivos, adesivos, bandeirinhas, e outros produtos de divulgação do candidato. Deve ser um profissional.

**Coordenação das Atividades de Rua** – será o responsável por colocar o bloco na rua, cuidando da mobilização da militância e da distribuição do material de campanha, além da promoção do telemarketing e de outras atividades externas. Pode ser um militante, desde que tenha experiência e seja dinâmico.

A campanha ou o comitê não poderá prescindir de um coordenador administrativo e financeiro e de um bom consultor jurídico. O primeiro para captar recursos, contratar pessoal e autorizar despesas. O segundo

para orientar juridicamente a campanha, defender o candidato e requerer eventual direito de resposta.

### **Propaganda da Campanha**

Ela tem a função de tornar o candidato conhecido, mas associado a uma ideia, proposta ou bandeira de interesse da coletividade local. Compreende a parte de imprensa e mídia (jornais, santinhos, cartazes, folhetos, revistas, etc), as faixas de plástico e pano, plaquinhas, programas de rádio e televisão. Enfim, inclui todas as peças de divulgação do candidato e suas propostas.

A veiculação de propaganda obedece a regras previstas em lei. Conhecer essas regras é fundamental. Nenhum material de propaganda poderá ser veiculado sem a identificação do partido, coligação ou do candidato. Todo material impresso deverá constar o número de inscrição no CNPJ da empresa (gráfica) que o confeccionou.

Até a antevéspera das eleições, é permitida a divulgação paga, na imprensa escrita, de propaganda eleitoral. Para cada candidato, partido ou coligação, é necessário o espaço máximo, por edição, de um oitavo de página de jornal padrão e um quarto de página de revista ou tablóide.

Embora a propaganda eleitoral só seja permitida após o dia 5 de julho do ano da eleição, aos postulantes à candidatura é permitida a realização, na quinzena anterior à escolha pelo partido, de propaganda intra-partidária com vistas à indicação de seu nome; é vedado o uso de rádio, televisão e outdoor.

Veja a seguir os locais permitidos e proibidos para divulgação de campanha eleitoral.

#### **Rádio e TV**

- As rádios e TVs, responsáveis pela transmissão do horário eleitoral gratuito, ficam proibidas de veicular propaganda paga de candidatos, partidos ou coligações e lhes é vedado, no noticiário normal, priorizar partidos, coligações ou candidatos, inclusive em entrevistas ou debates, sob pena de pesada multa e suspensão temporária.

#### **Internet**

- Observados os prazos de campanha, ou seja, a partir de 06 de julho, é permitido o uso da internet para propaganda eleitoral. Qualquer candidato poderá fazer uso desse veículo para propaganda de sua campanha, desde que respeitada a resolução do TSE sobre propaganda (nº 22.718/08 ).

Dica 1: no material de campanha, além de nome e propostas do candidato, deve-se destacar muito bem o NÚMERO. A votação se dará

por um processo eletrônico, no qual o eleitor só tem a opção de votar no NÚMERO.

Dica 2: busque participar de debates, entrevistas, pautar iniciativas que possam ser notícias nos jornais, revistas, rádios e TVs.

Dica 3: cadastre os e-mails dos internautas da cidade para enviar-lhes material de campanha.

### **Propaganda eleitoral e crítica política nas redes sociais**

O novo ano de 2014 já começou quente no quesito campanha eleitoral.

Nas redes sociais, os pré-candidatos já começam a mostrar suas realizações e plataformas políticas. Os eleitores também já estão se mobilizando, através da criação de grupos de discussões.

Mais do que nunca os brasileiros estão expressando suas opiniões a respeito dos administradores públicos e do que esperam dos governantes que assumirão seus postos a partir de janeiro de 2013.

Neste cenário, surgem dúvidas a respeito dos limites para a utilização da internet. Alguns, em razão de desconhecerem o que realmente é proibido pela legislação, acabam se abstendo de participar do processo democrático.

Para afastar este fantasma da ‘propaganda eleitoral antecipada’, seguem abaixo algumas coisas que todos devem saber.

O principal dispositivo legal sobre o assunto é o artigo 36, da Lei nº 9.504/97:

“Art. 36. A propaganda eleitoral somente é permitida após o dia 5 de julho do ano da eleição.”

A pessoa que descumprir esta norma, estará sujeita ao pagamento de multa prevista no §3º, deste mesmo artigo 36:

“ §3º - A violação do disposto neste artigo sujeitará o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado o seu prévio conhecimento, o beneficiário à multa, no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), ou ao equivalente ao custo da propaganda, se este for maior.”

Não há na legislação uma definição clara e direta da tal “propaganda eleitoral extemporânea”, por isso buscamos o conceito na jurisprudência (para quem não sabe, ‘jurisprudência’ é o entendimento fixado pelos Juízes e Tribunais a respeito de um determinado assunto).

Para o Tribunal Superior Eleitoral, ‘entende-se como ato de propaganda

eleitoral aquele que leva ao conhecimento geral, ainda que de forma dissimulada, a candidatura, mesmo que apenas postulada, a ação política que se pretende desenvolver ou razões que induzam a concluir que o beneficiário é o mais apto ao exercício de função pública. Sem tais características, poderá haver mera promoção pessoal, apta, em determinadas circunstâncias a configurar abuso de poder econômico, mas não propaganda eleitoral.’ (Ac. nº 16.183, de 17.2.2000, rel. Min. Eduardo Alckmin)

E, ainda, “[...]. 1. A fim de verificar a existência de propaganda subliminar, com propósito eleitoral, não deve ser observado tão-somente o texto dessa propaganda, mas também outras circunstâncias, tais como imagens, fotografias, meios, número e alcance da divulgação. [...]” (Ac. nº 19.905, de 25.2.2003, rel. Min. Fernando Neves.)

Mesmo antigos, estes dois posicionamentos ainda são utilizados para embasar as decisões dominantes no TSE e nos Tribunais Regionais Eleitorais sobre o tema.

Apesar da Lei das Eleições não nos trazer um conceito para a ‘propaganda eleitoral antecipada’, ela nos diz quais condutas não estão abrangidas nesta categoria. A este respeito, é o artigo 36-A, da Lei nº 9.504/97:

“Art. 36-A. Não será considerada propaganda eleitoral antecipada:

I - a participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, desde que não haja pedido de votos, observado pelas emissoras de rádio e de televisão o dever de conferir tratamento isonômico;

II - a realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, planos de governos ou alianças partidárias visando às eleições;

III - a realização de prévias partidárias e sua divulgação pelos instrumentos de comunicação intrapartidária; ou

IV - a divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se mencione a possível candidatura, ou se faça pedido de votos ou de apoio eleitoral.”

Para este texto, daremos ênfase no inciso I, pois é ele quem trata dos debates na internet. Este dispositivo foi inserido na lei em 2009, com o objetivo de esclarecer um pouco mais o alcance da ‘propaganda eleitoral

antecipada. Isto porque, com o avanço das redes sociais, surgiram dúvidas a respeito dos limites das discussões populares e de pré-candidatos sobre temas relacionados com a atividade administrativa.

Após estas alterações na legislação, nos parece que ficou bem claro que é possível debater livremente sobre temas relacionados à política, administração pública, elogios e reclamações quanto ao atuar administrativo.

Em verdade, trata-se do livre exercício da cidadania, através da liberdade de expressão, garantida pela nossa Constituição Federal, em seu artigo 5º, IV:

‘é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato.’

Porém, mesmo neste ambiente de liberdade virtual, é preciso ficar atento a duas situações:

1 - Não é possível fazer pedido de votos antes do dia 06.07. Se o fizerem, ficarão sujeitos ao pagamento da multa que acima indicamos;

2 - Não são autorizados comentários apócrifos. Ou seja, é preciso que a pessoa se identifique adequadamente, com seu verdadeiro nome. Postagens de pessoas fictícias ou sem identificação poderão ser retiradas na rede.

3 - Não é autorizada a ofensa (calúnia, injúria ou difamação) contra pessoas, inclusive prefeitos, vereadores, governadores, deputados, etc. Quem fizer uma denúncia sobre irregularidades, por exemplo, precisa possuir provas (mesmo que indiciárias) do que está alegando. Caso contrário, a conduta poderá ser sancionada pelo Poder Judiciário.

Seguindo estas regras, ninguém terá problema com a Justiça e poderá debater tranquilamente pela internet.

Uso da Internet nas eleições: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/764890-uso-da-internet-nas-eleicoes-traz-desafios-aos-candidatos-afirma-advogado.shtml>

## **9. Legislação eleitoral**

Além do que consta na Constituição Federal de 1988, as regras que compõem o ordenamento jurídico eleitoral e disciplinam a realização dos pleitos são as seguintes:

– Código Eleitoral – Lei nº 4.737/1965 (Estabelece normas destinadas a assegurar a organização e o exercício de direitos políticos, precipuamente os de votar e ser votado);

- Lei Complementar nº 64/1990 (Estabelece casos de inelegibilidade, prazos de cessação);
- Lei nº 12.034/2009 (Altera as leis nº 9.096/1995; Lei dos Partidos Políticos, 9.504/1997, que estabelece normas para as eleições, e Código Eleitoral);
- Lei nº 9.504/1997 (Estabelece normas para as eleições);
- Lei nº 9.096/1995 (Dispõe sobre partidos políticos, regulamenta os arts. 17 e 14, § 3º, inciso V, da Constituição Federal); e,
- Resoluções do Tribunal Superior Eleitoral.

### **Lei Nº 9.504, de 30/9/1997**

Definição de candidaturas e coligações

Filiação Partidária (art. 9º; art. 19 da Lei nº 9.096/95) Até 4/10/2013.

OBS. 1: os militares da ativa não se filiam; apenas requerem o registro da candidatura, após escolhidos em convenção partidária (Acórdão TSE nº 11.314/1990).

OBS. 2: os magistrados e conselheiros do Tribunal de Contas (Resolução TSE n.º 19.978/1997), assim como os membros do Ministério Público (ADIN nº 1.377-7 – STF), devem filiar-se a partido político assim que desincompatibilizados (Resolução TSE nº 23.180/2009).

OBS. 3: não basta o candidato estar filiado ao partido se este não houver tempestivamente incluído o seu nome na relação de filiados enviada à Justiça Eleitoral na segunda semana de outubro de 2013 (RESPE nº 20.058-RS/2002)

Período para a realização de Convenções (art. 8º) De 12 a 30/6/2014.

Coligações (art. 6º) Para as eleições majoritárias, para as eleições proporcionais ou para ambas. Neste caso, é permitida a formação de mais de uma coligação para a eleição proporcional dentre os partidos integrantes da coligação para a eleição majoritária.

Denominação de Coligações (art. 6º, § 1º-A)

A denominação da coligação não poderá coincidir, incluir ou fazer referência a nome ou a número de candidato, nem conter pedido de voto para partido político.

Atuação de partido fora da coligação (art. 6º, § 4º):

O partido político coligado somente possui legitimidade para atuar de forma isolada no processo eleitoral quando questionar a validade da própria

coligação, durante o período compreendido entre a data da convenção e o termo final do prazo para a impugnação do registro de candidatos. (NR)

Registro de Candidatos (arts. 10 e 11) – partidos que concorram sozinhos: até 150% do número de lugares a preencher; – coligação, independentemente do número de partidos que a componham: até o dobro (200%) do número de lugares a preencher.

OBS. 1: cada partido ou coligação deverá reservar, para candidatos de cada sexo, o mínimo de 30% e o máximo de 70% do número de candidaturas a que tiver direito. Não sendo possível completar a quota, essas vagas ficam em aberto. Em caso de coligação, não é necessário que cada partido complete a quota de candidaturas de cada sexo, desde que esta seja atingida pelo total de candidatos da coligação.

OBS. 2: no cálculo de vagas por gênero, qualquer fração será igualada a um no cálculo do percentual mínimo estabelecido para um dos sexos e desprezada no cálculo das vagas restantes para o outro sexo (art. 18, § 6º, Resolução TSE n.º 23.221/2010)

OBS. 3: o prazo para o pedido de registro de candidaturas encerra às 19h do dia **5/7/2014**. Registro de Candidatos (arts. 10 e 11)

OBS. 4: se o partido ou coligação não requerer o registro de seus candidatos, estes poderão fazê-lo diretamente, em até 48h após a publicação da lista de candidatos pela Justiça Eleitoral.

OBS. 5: a candidatura nata de deputados estaduais e federais foi suspensa por liminar concedida pelo STF na Adin nº 2.530-9, podendo os mesmos ser vetados pela convenção partidária.

Disciplina Partidária (arts. 7º, §§ 2º, 3º e 4º; e 14) – as decisões da convenção estadual do partido sobre escolha de candidatos e celebração de coligações estão sujeitas à anulação pelos órgãos superiores, na forma do respectivo estatuto, quando contrárias às diretrizes legitimamente estabelecidas pela convenção nacional.

– em caso de anulação das decisões da convenção estadual pelos órgãos superiores do partido, a Justiça Eleitoral deverá ser formalmente comunicada até o dia **4/8/2010**.

– se, da anulação, decorrer a necessidade de escolha de novos candidatos, o pedido de registro deverá ser apresentado à Justiça Eleitoral nos 10 (dez) dias seguintes à deliberação, observado o disposto no art. 13. (NR)

– até o dia **5/10/2010**, o partido pode requerer o cancelamento do registro do candidato que houver expulso, nos termos de seu estatuto, assegurada ampla defesa.

### **Financiamento da campanha**

Responsabilidade (arts. 20 e 21; Resolução TSE nº 23.217/2010, arts. 2º, § 4º; e 25, § 7º)

A pessoa eventualmente designada pelo candidato para a administração financeira de sua campanha é pessoalmente solidária com ele pela veracidade das informações financeiras e contábeis da campanha. Ambos deverão firmar conjuntamente a prestação de contas da campanha.

OBS. 1: os candidatos a vice e a suplentes são solidariamente responsáveis no caso de extrapolação do limite máximo de gastos fixados para os respectivos titulares.

OBS. 2: o candidato não se exime de responsabilidade alegando ignorância sobre a origem e a destinação dos recursos recebidos em campanha, a inexistência de movimentação financeira, ou deixando de assinar as peças integrantes da prestação de contas.

### **Limite de gastos (art. 17-A e 18)**

Livremente estabelecidos pelos partidos/coligações para seus candidatos a cada cargo, observado o limite fixado pela lei que vier a ser editada até o dia **11/6/2014** (ou, na falta dessa lei, o limite fixado pelo partido até a mesma data). Nas coligações, esses limites serão iguais para os candidatos de todos os partidos que as integrarem.

OBS.: as multas aplicadas aos partidos ou candidatos por infração da legislação eleitoral são consideradas gastos eleitorais, sujeitos ao limite estabelecido (art. 26, XVI).

### **Comitês Financeiros (art. 19)**

Deverão ser constituídos por cada partido que apresente candidato próprio até dez dias úteis após a convenção partidária e registrados perante a Justiça Eleitoral e o CNPJ.

### **Inscrição perante o CNPJ (art. 22-A)**

Obrigatória para cada candidato – independente do cargo a que

concorre – e cada Comitê Financeiro (cada candidatura equivale à pessoa jurídica, para efeito de inscrição perante o Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica). O CNPJ pode ser obtido pelo site [www.receita.fazenda.gov.br](http://www.receita.fazenda.gov.br).

Contas bancárias específicas para movimentação dos recursos da campanha (art. 22) obrigatórias para cada candidato – independente do cargo a que concorre – e cada partido.

OBS. 1: as contas somente poderão ser abertas em nome da candidatura, conforme inscrição no CNPJ.

OBS. 2: nenhum banco poderá recusar-se à abertura de conta de qualquer partido ou candidato, nem condicioná-la a depósito mínimo.

OBS. 3: candidatos a vice-presidente, vice-governador e suplentes de senador não necessitam abrir conta bancária.

OBS. 4: é proibido o uso de conta bancária preexistente para a movimentação de recursos de campanha.

OBS. 5: a abertura de conta bancária é obrigatória mesmo que não haja movimentação financeira (RESPE nº 25.288-RN/2005).

### **Arrecadação de recursos para a campanha (art. 23, § 4º)**

Deve ser centralizada na conta bancária da campanha, através de doações identificadas, seja mediante cheques (nominais e cruzados), transferências eletrônicas ou lançamento em cartão de crédito.

OBS. 1: são admitidos depósitos de pessoas físicas em espécie, desde que com identificação do depositante, no montante de até 10% de seus rendimentos brutos em 2013.

OBS. 2: toda doação deverá ser feita mediante recibo, em formulário impresso ou eletrônico (no caso de doações via internet), conforme modelo Anexo à Lei nº 9.504/97.

### **Período de arrecadação (Resolução TSE nº 23.217/2010, art. 20, caput e § 1º)**

As contribuições poderão ser recebidas pelos partidos e candidatos no período entre o registro dos comitês financeiros (perante a Justiça Eleitoral e o CNPJ), até o dia da eleição.

OBS.: é permitida a arrecadação de recursos após o dia da eleição, exclusivamente para a quitação de despesas já contraídas e não pagas até aquela data.

Art. 21. São gastos eleitorais, sujeitos a registro e aos limites fixados (Lei nº 9.504/97, art. 26):

- I – confecção de material impresso de qualquer natureza e tamanho;
- II – propaganda e publicidade direta ou indireta, por qualquer meio de divulgação, destinada a conquistar votos;
- III – aluguel de locais para a promoção de atos de campanha eleitoral;
- IV – despesas com transporte ou deslocamento de candidato e de pessoal a serviço das candidaturas;
- V – correspondências e despesas postais;
- VI – despesas de instalação, organização e funcionamento de comitês e serviços necessários às eleições;
- VII – remuneração ou gratificação de qualquer espécie paga a quem preste serviços às candidaturas ou aos comitês eleitorais;
- VIII – montagem e operação de carros de som, de propaganda e de assemelhados;
- IX – realização de comícios ou eventos destinados à promoção de candidatura;
- X – produção de programas de rádio, televisão ou vídeo, inclusive os destinados à propaganda gratuita;
- XI – realização de pesquisas ou testes pré-eleitorais;
- XII – custos com a criação e inclusão de páginas na internet;
- XIII – multas aplicadas, até às eleições, a partidos ou a candidatos, por infração do disposto na legislação eleitoral;
- XIV – doações para outros candidatos ou comitês financeiros;
- XV – produção de jingles, vinhetas e slogans para propaganda eleitoral.

**Contribuições de contabilização obrigatória** (arts. 23; 27; 28, § 3º; e 81; Resolução TSE nº 23.217/2010, arts. 16, § 2º; e 23)

- pessoa jurídica: até 2% do faturamento bruto de 2013;
- pessoa física: até 10% de seus rendimentos brutos em 2013;
- candidato, em favor da própria campanha: até o limite de gastos estabelecido pelo partido/coligação pelo qual concorre.

OBS.: o candidato não está obrigado a contabilizar os gastos realizados por eleitores em seu apoio, desde que estes não excedam a R\$ 1.064,10 e não sejam reembolsados ao eleitor.

**Contribuições proibidas** (art. 24; Resolução TSE nº 23.217/2010, art. 15)

É vedado aos partidos e candidatos receber doações, inclusive sob forma de publicidade de qualquer espécie, procedente de:

- a) entidade ou governo estrangeiro;
- b) pessoa jurídica sem fins lucrativos que receba recursos do exterior;
- c) ente público ou mantido com recursos públicos;
- d) concessionário ou permissionário de serviço público;
- e) serviço notarial ou de registro;
- f) entidade privada beneficiária de contribuição compulsória por força de lei;
- g) entidade de utilidade pública;
- h) entidade de classe ou sindical;
- i) entidades beneficentes e religiosas;
- j) entidades esportivas;
- k) ONGs ou cooperativas que recebam recursos públicos; e
- l) Oscips.

OBS.: pessoas jurídicas registradas em 2014 não podem fazer doações a campanhas eleitorais.

**Restrições a doações através de Cartão de Crédito (Resolução TSE nº 23.216/2010, arts. 2º e 3º)**

É vedado aos partidos e candidatos receber doações procedentes de lançamentos em cartão de crédito de titularidade de pessoa jurídica (cartão corporativo ou empresarial) ou emitido no exterior.

Gastos de Campanha (art. 22, § 3º) devem ser originados da conta bancária da campanha, sob pena de rejeição da prestação de contas do partido ou candidato.

**Impressos de Campanha** (art. 38, §§ 1º e 2º; Resolução TSE nº 23.217/2010, art. 20, § 5º)

Todo material impresso de campanha eleitoral deve conter:

- a) o número do CNPJ da gráfica que o confeccionou;
- b) a identificação (CPF ou CNPJ) do responsável pela contratação da impressão;

c) a tiragem do material.

OBS.: os gastos relativos à confecção de material impresso de propaganda conjunta de mais de um candidato deverão constar na prestação de contas dos candidatos beneficiários, ou apenas na prestação de contas da candidatura que tenha arcado com os custos. Nesse caso, os beneficiários deverão registrá-las nas respectivas prestações de contas como receita estimável em dinheiro e emitir o recibo eleitoral.

**“Sobras de Campanha”** (art. 31; Resolução TSE, nº 23.217/2010, art. 24)

Devem ser declaradas na prestação de contas do partido/coligação. Após o decurso do prazo de impugnação, pertencem ao partido. Em caso de coligação, serão divididas entre os partidos que a compõem.

OBS.: os recursos recebidos aos quais não corresponda doador identificado deverão ser transferidos ao Tesouro Nacional, até 5 dias após a decisão definitiva que julgar a prestação de contas de campanha.

### **Prestação de Contas na internet** (arts. 28, § 4º)

Nos dias **6/8 e 6/9/2010**, os partidos, as coligações e os candidatos são obrigados a divulgar relatórios discriminados dos recursos recebidos e dos gastos realizados.

### **Prestação de Contas** (arts. 28, 29, III e IV; 32 e 36)

Art. 36. Os candidatos e os diretórios nacional e estaduais dos partidos políticos são obrigados a entregar à Justiça Eleitoral, no período de 28 de julho a 2 de agosto e de 28 de agosto a 2 de setembro, as prestações de contas parciais, com a discriminação dos recursos em dinheiro ou estimáveis em dinheiro para financiamento da campanha eleitoral e dos gastos que realizaram, detalhando doadores e fornecedores, as quais serão divulgadas pela Justiça Eleitoral na internet nos dias 6 de agosto e 6 de setembro, respectivamente (Lei nº 9.504/97, art. 28, § 4º, e Lei nº 12.527/2011).

– os comitês financeiros (ou os próprios candidatos a deputado, se quiserem fazê-lo diretamente) têm até o dia **5/11/2014** para encaminhar à Justiça Eleitoral a prestação de contas da campanha do primeiro turno.

– enquanto não julgados todos os processos referentes à prestação de contas, os partidos e candidatos deverão conservar a respectiva

documentação (no mínimo, até **30/6/2015**).

OBS. 1: não poderá ser diplomado o candidato que não tenha encaminhado sua prestação de contas à Justiça Eleitoral.

OBS. 2: a entrega da prestação de contas em disquete não dispensa o candidato de apresentá-la por escrito.

OBS. 3: a prestação de contas deverá identificar nominalmente os doadores e os respectivos valores doados.

**Penas** (arts. 18, § 2º; 23, § 3º; 25; 30-A, § 2º; e 81, §§ 2º e 3º; Resolução TSE nº 23.217/2010, art. 26)

– a pessoa física que doar quantia superior a 10% de seus rendimentos brutos em 2013, ou a candidato (ou responsável) que gastar recursos acima do valor estabelecido pelo partido ou coligação para aplicação na campanha sujeita-se à pena de multa de cinco a dez vezes a quantia em excesso.

– a pessoa jurídica que doar recursos de valor superior a 2% de seu faturamento bruto no ano de 2013 sujeita-se à multa de cinco a dez vezes a quantia em excesso, além de ficar impedida de participar de licitações e celebrar contratos com o Poder Público por cinco anos.

– a captação ou o gasto ilícito de recursos, para fins eleitorais, implica negação da diplomação do candidato, ou a cassação da mesma, caso já tenha sido outorgado.

OBS. 1: o descumprimento das regras relativas ao financiamento de campanha caracteriza abuso do poder econômico e sujeita o órgão do partido ao qual estiver subordinado o comitê financeiro responsável pela infração à perda da cota do fundo partidário de 2015.

OBS. 2: o emprego de recursos originários de fontes vedadas constitui irregularidade insanável e implica rejeição das contas, ainda que o valor seja restituído.

## **Lei nº 12.034, de 29/09/2009**

(Altera as leis nº 9.096, de 19 de setembro de 1995 – Lei dos Partidos Políticos, 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, e 4.737, de 15 de julho de 1965 – Código Eleitoral)

Art. 2º A Lei no 9.096, de 19 de setembro de 1995, passa a vigorar com as seguintes alterações:

Art. 15-A

A responsabilidade, inclusive civil e trabalhista, cabe exclusivamente ao órgão partidário municipal, estadual ou nacional que tiver dado causa ao não cumprimento da obrigação, à violação de direito, a dano a outrem ou a qualquer ato ilícito, excluída a solidariedade de outros órgãos de direção partidária.

Art. 19

§ 3º Os órgãos de direção nacional dos partidos políticos terão pleno acesso às informações de seus filiados constantes do cadastro eleitoral.”  
(NR)

Art. 28

§ 4º Despesas realizadas por órgãos partidários municipais ou estaduais ou por candidatos majoritários nas respectivas circunscrições devem ser assumidas e pagas exclusivamente pela esfera partidária correspondente, salvo acordo expresse com órgão de outra esfera partidária.

§ 5º Em caso de não pagamento, as despesas não poderão ser cobradas judicialmente dos órgãos superiores dos partidos políticos, recaindo eventual penhora exclusivamente sobre o órgão partidário que contraiu a dívida executada.

§ 6º O disposto no inciso III do caput refere-se apenas aos órgãos nacionais dos partidos políticos que deixarem de prestar contas ao Tribunal Superior Eleitoral, não ocorrendo o cancelamento do registro civil e do estatuto do partido quando a omissão for dos órgãos partidários regionais ou municipais.

Art. 39

§ 5º Em ano eleitoral, os partidos políticos poderão aplicar ou distribuir pelas diversas eleições os recursos financeiros recebidos de pessoas físicas e jurídicas, observando-se o disposto no § 1º do art. 23, no art. 24 e no § 1º do art. 81 da Lei no 9.504, de 30 de setembro de 1997, e os critérios definidos pelos respectivos órgãos de direção e pelas normas estatutárias.

Art. 44

V - na criação e manutenção de programas de promoção e difusão da participação política das mulheres conforme percentual que será fixado pelo órgão nacional de direção partidária, observado o mínimo de 5% (cinco por cento) do total.

§ 4º Não se incluem no cômputo do percentual previsto no inciso I deste artigo encargos e tributos de qualquer natureza.

§ 5º O partido que não cumprir o disposto no inciso V do caput deste artigo deverá, no ano subsequente, acrescer o percentual de 2,5% (dois inteiros e cinco décimos por cento) do Fundo Partidário para essa destinação, ficando impedido de utilizá-lo para finalidade diversa.” (NR)

#### Art. 45

IV – promover e difundir a participação política feminina, dedicando às mulheres o tempo que será fixado pelo órgão nacional de direção partidária, observado o mínimo de 10% (dez por cento).

§ 2º O partido que contrariar o disposto neste artigo será punido:

I - quando a infração ocorrer nas transmissões em bloco, com a cassação do direito de transmissão no semestre seguinte;

II - quando a infração ocorrer nas transmissões em inserções, com a cassação de tempo equivalente a 5 (cinco) vezes ao da inserção ilícita, no semestre seguinte.

§ 3º A representação, que somente poderá ser oferecida por partido político, será julgada pelo Tribunal Superior Eleitoral quando se tratar de programa em bloco ou inserções nacionais e pelos Tribunais Regionais Eleitorais quando se tratar de programas em bloco ou inserções transmitidos nos Estados correspondentes.

§ 4º O prazo para o oferecimento da representação encerra-se no último dia do semestre em que for veiculado o programa impugnado, ou se este tiver sido transmitido nos últimos 30 (trinta) dias desse período, até o 15º (décimo quinto) dia do semestre seguinte.

§ 5º Das decisões dos Tribunais Regionais Eleitorais que julgarem procedente representação, cassando o direito de transmissão de propaganda partidária, caberá recurso para o Tribunal Superior Eleitoral, que será recebido com efeito suspensivo.

§ 6º A propaganda partidária, no rádio e na televisão, fica restrita aos horários gratuitos disciplinados nesta Lei, com proibição de propaganda paga.” (NR)

## **10. Calendário Eleitoral (Eleições de 2014)**

### **11 de junho – quarta-feira**

1. Data a partir da qual, se não fixado por lei, caberá a cada partido político fixar o limite de gastos de campanha para os cargos em disputa,

observando o que dispõe o art. 18 da Lei nº 9.504/97, e comunicá-lo, no pedido de registro de seus candidatos, à Justiça Eleitoral, que dará a essas informações ampla publicidade (Lei nº 9.504/97, art. 17-A)

### **10 de junho – terça-feira**

1. Data a partir da qual é permitida a realização de convenções destinadas a deliberar sobre coligações e escolher candidatos a presidente e vice-presidente da República, governador e vice-governador, senador e respectivos suplentes, deputado federal, estadual ou distrital (Lei nº 9.504/97, art. 8º, caput).

[...]

5. Último dia para fixação, por lei, dos limites de gastos de campanha para os cargos em disputa, observadas as peculiaridades locais (Lei nº 9.504/97, art. 17-A). (Alteração feita pela Resolução nº 22.622/2007).

### **30 de junho – segunda-feira**

1. Último dia para a realização de convenções destinadas a deliberar sobre coligações e escolher candidatos a presidente e vice-presidente da República, governador e vice-governador, senador e respectivos suplentes, deputado federal, estadual e distrital (Lei nº 9.504/97, art. 8º, caput).

### **1º de julho – terça-feira**

[...]

2. Data a partir da qual não será veiculada a propaganda partidária gratuita prevista na Lei nº 9.096/95, nem será permitido nenhum tipo de propaganda política paga no rádio e na televisão (Lei nº 9.504/97, art. 36, § 2º).

3. Data a partir da qual é vedado às emissoras de rádio e de televisão, em programação normal e em noticiário (Lei nº 9.504/97, art. 45, I a VI):

I – transmitir, ainda que sob a forma de entrevista jornalística, imagens de realização de pesquisa ou de qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral em que seja possível identificar o entrevistado ou em que haja manipulação de dados;

II – usar trucagem, montagem ou outro recurso de áudio ou vídeo, que, de qualquer forma, degradem ou ridicularizem candidato, partido político ou coligação, ou produzir ou veicular programa com esse efeito;

III – veicular propaganda política ou difundir opinião favorável ou contrária a candidato, partido político, coligação, a seus órgãos ou representantes;

IV – dar tratamento privilegiado a candidato, partido político ou coligação;

[...]

### **5 de julho – sábado (três meses antes)**

[...]

2. Último dia para os partidos políticos e coligações apresentarem nos tribunais regionais eleitorais, até às dezenove horas, o requerimento de registro de candidatos a governador(a) e vice-governador(a), senador(a) e respectivos suplentes, deputado federal, deputado estadual ou distrital (Lei nº 9.504/97, art. 11, caput).

3. Data a partir da qual permanecerão abertas aos sábados, domingos e feriados as secretarias dos tribunais eleitorais, em regime de plantão (Lei Complementar nº 64/90, art. 16).

4. Último dia para os tribunais e conselhos de contas tornarem disponível à Justiça Eleitoral a relação daqueles que tiveram suas contas relativas ao exercício de cargos ou funções públicas rejeitadas por irregularidade insanável e por decisão irrecorrível do órgão competente, ressalvados os casos em que a questão estiver sendo submetida à apreciação do Poder Judiciário, ou que haja sentença judicial favorável ao interessado (Lei nº 9.504/97, art. 11, § 5º).

[...]

1. Data a partir da qual são vedadas aos agentes públicos as seguintes condutas (Lei nº 9.504/97, art. 73, V e VI, a):

I – nomear, contratar ou de qualquer forma admitir, demitir sem justa causa, suprimir ou readaptar vantagens ou por outros meios dificultar ou impedir o exercício funcional e, ainda, ex officio, remover, transferir ou exonerar servidor público, na circunscrição do pleito, até a posse dos eleitos, sob pena de nulidade de pleno direito, ressalvados os casos de:

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

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

c) nomeação dos aprovados em concursos públicos homologados até .. de julho de 2014;

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

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

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

2. Data a partir da qual é vedado aos agentes públicos cujos cargos estejam em disputa na eleição (Lei nº 9.504/97, art. 73, VI, b e c, e 93):

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

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

3. Data a partir da qual é vedada, na realização de inaugurações, a contratação de shows artísticos pagos com recursos públicos (Lei nº 9.504/97, art. 75).

4. Data a partir da qual é vedado a candidatos aos cargos de presidente, vice-presidente, governador(a) e vice-governador(a) participar de inaugurações de obras públicas (Lei nº 9.504/97, art. 77, caput).

5. Data a partir da qual órgãos e entidades da Administração Pública direta e indireta poderão, quando solicitados pelos Tribunais Eleitorais, ceder funcionários em casos específicos e de forma motivada pelo período de até 3 meses depois da eleição (Lei nº 9.504/97, art. 94-A).

## **6 de julho – domingo**

1. Data a partir da qual será permitida a propaganda eleitoral (Lei nº 9.504/97, art. 36, caput).

2. Data a partir da qual os partidos políticos registrados podem fazer funcionar, das 8h às 22h, alto-falantes ou amplificadores de som, nas suas sedes ou em veículos (Lei nº 9.504/97, art. 39, § 3º).

3. Data a partir da qual os candidatos, os partidos políticos e as coligações poderão realizar comícios e utilizar aparelhagem de sonorização fixa, das 8h às 24h (Lei nº 9.504/97, art. 39, § 4º).

4. Data a partir da qual, independentemente do critério de prioridade, os serviços telefônicos oficiais ou concedidos farão instalar, nas sedes dos diretórios devidamente registrados, telefones necessários, mediante requerimento do respectivo presidente e pagamento das taxas devidas (Código Eleitoral, art. 256, § 1º).

### **7 de julho – segunda-feira**

1. Último dia para os candidatos, escolhidos em convenção, requererem seus registros perante o Tribunal Superior Eleitoral e tribunais regionais eleitorais, até às 19h, caso os partidos políticos ou as coligações não os tenham requerido (Lei nº 9.504/97, art. 11, § 4º).

[...]

### **8 de julho – terça-feira**

1. Data a partir da qual os tribunais eleitorais convocarão os partidos políticos e a representação das emissoras de televisão para elaborarem plano de mídia para uso da parcela do horário eleitoral gratuito a ser utilizado em inserções a que tenham direito (Lei nº 9.504/97, art. 52).

### **14 de julho – segunda-feira**

1. Último dia para os partidos políticos constituírem os comitês financeiros, observado o prazo de 10 dias úteis após a escolha de seus candidatos em convenção (Lei nº 9.504/97, art. 19, caput).

### **19 de julho – sábado**

1. Último dia para os partidos políticos registrarem perante o Tribunal Superior Eleitoral e tribunais regionais eleitorais os comitês financeiros, observado o prazo de até 5 dias após a respectiva constituição (Lei nº 9.504/97, art. 19, § 3º).

## **21 de julho – segunda-feira**

1. Último dia para os partidos políticos registrarem, perante o juízo eleitoral encarregado do registro dos candidatos, os comitês financeiros, observado o prazo de 5 dias após a respectiva constituição (Lei nº 9.504/97, art. 19, § 3º).

## **25 de julho – sexta-feira (70 dias antes)**

1. Último dia para que os títulos dos eleitores que requereram inscrição ou transferência estejam prontos (Código Eleitoral, art. 114, caput).

2. Último dia para a publicação, no órgão oficial do estado, dos nomes das pessoas indicadas para compor as juntas eleitorais para o primeiro e eventual segundo turnos de votação (Código Eleitoral, art. 36, § 2º).

## **28 de julho – segunda-feira (67 dias antes)**

1. Último dia para os partidos políticos impugnarem, em petição fundamentada, os nomes das pessoas indicadas para compor as juntas eleitorais (Código Eleitoral, art. 36, 92º).

## **30 de julho – quarta-feira (65 dias antes)**

1. Último dia para o juiz eleitoral anunciar a realização de audiência pública para a nomeação do presidente, primeiro e segundo mesários, secretários e suplentes que irão compor a Mesa Receptora (Código Eleitoral, arts. 35, XIV e 120).

## **31 de julho – quinta-feira**

1. Data a partir da qual, até o dia do pleito, o Tribunal Superior Eleitoral poderá requisitar das emissoras de rádio e de televisão até 10 minutos diários, contínuos ou não, que poderão ser somados e usados em dias espaçados, para a divulgação de seus comunicados, boletins e instruções ao eleitorado (Lei nº 9.504/97, art. 93).

## **4 de agosto – segunda-feira (60 dias antes)**

1. Último dia para o partido político ou coligação comunicar à Justiça Eleitoral as anulações de deliberações decorrentes de convenção partidária (Lei nº 9.504/97, art. 7º, § 3º).

2. Data a partir da qual é assegurada prioridade postal aos partidos políticos para a remessa da propaganda de seus candidatos registrados (Código Eleitoral, art. 239).

3. Último dia para os órgãos de direção dos partidos políticos preencherem as vagas remanescentes para as eleições proporcionais, no caso de as convenções para a escolha de candidatos não terem indicado o número máximo previsto no § 5º do art. 10, da Lei nº 9.504/97.

4. Último dia para o pedido de registro de candidatura às eleições proporcionais, na hipótese de substituição; o requerimento, todavia, somente será tempestivo se observado o prazo de até 10 dias contados do fato ou da decisão judicial que deu origem à substituição (Lei nº 9.504/97, art. 13, § § 1º e 3º).

5. Último dia para o pedido de registro de novos candidatos, observado o prazo de 10 dias contados da decisão, na hipótese de anulação da convenção partidária por órgão superior do partido político, quando a deliberação sobre coligações desobedecer às diretrizes estabelecidas pela convenção nacional (Lei nº 9.504/97, art. 7º, § § 2º e 3º).

[...]

### **6 de agosto – quarta-feira**

1. Data em que os partidos políticos e os candidatos são obrigados, durante a campanha eleitoral, a divulgar, pela rede mundial de computadores (internet), relatório discriminando os recursos em dinheiro ou estimáveis em dinheiro que tenham recebido para financiamento da campanha eleitoral e os gastos que realizarem, em sítio criado pela Justiça Eleitoral para esse fim, exigindo-se a indicação dos nomes dos doadores e os respectivos valores doados somente na prestação de contas final de que tratam os incisos III e IV do art. 29 da Lei nº 9.504/97 (Lei nº 9.504/97, art. 28, § 4º) (alteração feita pela Resolução nº 22.622 de 08/11/2007).

### **9 de agosto – sábado**

1. Último dia para os partidos políticos reclamarem da nomeação dos membros das mesas receptoras (Lei nº 9.504/97, art. 63, caput).

[...]

### **11 de agosto – segunda-feira**

1. Último dia para o juiz eleitoral decidir sobre as recusas e reclamações contra a nomeação dos membros das mesas receptoras (Lei nº 9.504/97, art. 63, caput).

### **15 de agosto – sexta-feira**

1. Último dia para os tribunais eleitorais realizarem sorteio para a escolha da ordem de veiculação da propaganda de cada partido político ou coligação no primeiro dia do horário eleitoral gratuito (Lei nº 9.504/97, art. 50).

### **17 de agosto – domingo (47 dias antes)**

1. Início do período da propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão (Lei nº 9.504/97, art. 47, caput).

[...]

### **19 de agosto – terça-feira (45 dias antes)**

1. Último dia do prazo para os tribunais regionais eleitorais tornarem disponíveis ao Tribunal Superior Eleitoral as informações sobre os candidatos às eleições majoritárias e proporcionais registrados, das quais constarão, obrigatoriamente, a referência ao sexo e ao cargo a que concorrem, para fins de centralização e divulgação de dados (Lei nº 9.504/97, art. 16).

### **24 de agosto – domingo (40 dias antes)**

1. Último dia para os diretórios regionais dos partidos políticos indicarem integrantes da Comissão Especial de Transporte e Alimentação para o primeiro e eventual segundo turnos de votação (Lei nº 6.091/74, art. 15).

### **25 de agosto – segunda-feira**

1. Data em que todos os pedidos de registro de candidatos a presidente e vice-presidente da República, mesmo os impugnados, devem estar julgados pelo Tribunal Superior Eleitoral e publicadas as respectivas decisões (Lei Complementar nº 64/90, art. 3º e seguintes).

2. Data em que todos os pedidos de registro de candidatos a governador(a) e vice-governador(a), senador(a) e respectivos suplentes, deputado federal, estadual ou distrital, inclusive os impugnados, devem estar julgados pelo Tribunal Regional Eleitoral e publicadas as respectivas decisões (Lei Complementar nº 64/90, art. 3º e seguintes).

## **28 de agosto – quinta-feira**

1. Último dia para verificação das fotos e dados que constarão da urna eletrônica por parte dos candidatos, partidos políticos ou coligações (Resolução nº 22.156/2006, art. 55 e Resolução nº 22.717/2008, art. 68).

## **30 de agosto – sábado**

1. Último dia para os candidatos, partidos políticos ou coligações substituírem a foto que será utilizada na urna eletrônica (Resolução nº 22.156/2006, art. 55, § 1º, e Resolução nº 22.717/2008, art. 68, § 1º).

## **5 de setembro – sexta-feira (30 dias antes)**

1. Último dia para entrega dos títulos eleitorais resultantes dos pedidos de inscrição ou de transferência (Código Eleitoral, art. 69, caput).

[...]

6. Último dia para publicação, pelos tribunais regionais eleitorais, para uso na votação e apuração, de lista organizada em ordem alfabética, formada pelo nome completo de cada candidato e pelo nome que deve constar da urna eletrônica, também em ordem alfabética, seguidos da respectiva legenda e número (Lei nº 9.504/97, 95º, I e II, Resolução nº 21.607/2004, e Resolução nº 21.650/2004).

## **6 de setembro – sábado**

[...]

3. Data em que os partidos políticos e os candidatos são obrigados, durante a campanha eleitoral, a divulgar, pela rede mundial de computadores (internet), relatório discriminando os recursos em dinheiro ou estimáveis em dinheiro que tenham recebido para financiamento da campanha eleitoral e os gastos que realizarem, em sítio criado pela Justiça Eleitoral para esse fim, exigindo-se a indicação dos nomes dos doadores e os respectivos valores doados somente na prestação de contas final de que tratam os incisos III e IV do art. 29 da Lei nº 9.504/97 (Lei nº 9.504/97, art. 28, § 4º) (alteração feita pela Resolução nº 22.622 de 08.11.2007).

## **20 de setembro – sábado (15 dias antes)**

1. Data a partir da qual nenhum candidato, membro de mesa receptora

e fiscal de partido poderão ser detidos ou presos, salvo em flagrante delito (Código Eleitoral, art. 236, § 1º).

[...]

### **23 de setembro – terça-feira (12 dias antes)**

1. Último dia para a reclamação contra o quadro geral de percursos e horários programados para o transporte de eleitores no primeiro e eventual segundo turnos de votação (Lei nº 6.091/74, art. 4º, § 2º).

### **25 de setembro – quinta-feira (10 dias antes)**

1. Data em que todos os recursos sobre pedidos de registro de candidatos devem estar julgados pelo Tribunal Superior Eleitoral e publicadas as respectivas decisões (Lei Complementar nº 64/90, art. 3º e seguintes).

[...]

### **26 de setembro – sexta-feira (9 dias antes)**

1. Último dia para o juiz eleitoral decidir as reclamações contra o quadro geral de percursos e horários para o transporte de eleitores, devendo, em seguida, divulgar, pelos meios disponíveis, o quadro definitivo (Lei nº 6.091/74, art. 4º, § 3º e § 4º).

### **30 de setembro – terça-feira (5 dias antes)**

1. Data a partir da qual e até 48 horas depois do encerramento da eleição, nenhum eleitor poderá ser preso ou detido, salvo em flagrante delito, ou em virtude de sentença criminal condenatória por crime inafiançável, ou, ainda, por desrespeito a salvo-conduto (Código Eleitoral, art. 236, caput).

2. Último dia para os partidos políticos e coligações indicarem aos juízes eleitorais representantes para o Comitê Interpartidário de Fiscalização (Resolução nº 22.712, art. 93).

### **2 de outubro – quinta-feira (3 dias antes)**

[...]

2. Data a partir da qual o juiz eleitoral ou o presidente da mesa receptora poderá expedir salvo-conduto em favor de eleitor que sofrer violência moral ou física na sua liberdade de votar (Código Eleitoral, art. 235, parágrafo único).

3. Último dia para a divulgação da propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão (Lei nº 9.504/97, art. 47, caput).

4. Último dia para propaganda eleitoral em páginas institucionais na internet (Resolução nº 22.460/2006).

5. Último dia para propaganda política mediante reuniões públicas ou promoção de comícios e utilização de aparelhagem de sonorização fixa, entre às 8h e às 24h (Código Eleitoral, art. 240, parágrafo único, e Lei nº 9.504/97, art. 39, § § 4º e 5º, I).

6. Último dia para a realização de debates (Resolução nº 22.452/2006).

[...]

8. Último dia para os partidos políticos e coligações indicarem, perante os juízos eleitorais, o nome das pessoas autorizadas a expedir as credenciais dos fiscais e delegados que estarão habilitados a fiscalizar os trabalhos de votação durante o pleito eleitoral.

### **3 de outubro – sexta-feira (2 dias antes)**

1. Último dia para a divulgação paga, na imprensa escrita, de propaganda eleitoral, no espaço máximo, por edição, para cada candidato, partido político ou coligação, de um oitavo de página de jornal padrão e um quarto de página de revista ou tablóide (Lei nº 9.504/97, art. 43, caput).

[...]

### **4 de outubro – sábado (1 dia antes)**

[...]

2. Último dia para a propaganda eleitoral mediante alto-falantes ou amplificadores de som, entre às 8h e às 22h (Lei nº 9.504/97, art. 39, § § 3º e 5º, I).

3. Último dia para a promoção de caminhada, carreata, passeata ou carro de som e distribuição de material de propaganda política (Lei nº 9.504/97, art. 39, § 5º, I e III).

### **5 de outubro – domingo**

#### **DIA DAS ELEIÇÕES**

(Lei nº 9.504, art. 1º, caput)

Às 7 horas

Instalação da seção eleitoral (Código Eleitoral, art. 142).

Às 8 horas

Início da votação (Código Eleitoral, art. 144).

Às 17 horas

Encerramento da votação (Código Eleitoral, arts. 144 e 153).

Depois das 17 horas

Emissão do boletim de urna e início da apuração e da totalização dos resultados.

1. Possibilidade de funcionamento do comércio no dia da eleição, com a ressalva de que os estabelecimentos que funcionarem nesta data deverão proporcionar as condições para que seus funcionários possam exercer o direito/dever do voto (Resolução nº 22.963/2008).

### **7 de outubro – terça-feira**

1. Término do prazo, às 17 horas, do período de validade do salvo-conduto expedido pelo juiz eleitoral ou presidente da mesa receptora (Código Eleitoral, art. 235, parágrafo único).

2. Término do período, após às 17 horas, em que nenhum eleitor poderá ser preso ou detido, salvo em flagrante delito, ou em virtude de sentença criminal condenatória por crime inafiançável, ou, ainda, por desrespeito a salvo-conduto (Código Eleitoral, art. 236, caput).

[...]

### **21 de outubro – terça-feira (5 dias antes)**

1. Data a partir da qual e até 48 horas depois do encerramento da eleição nenhum eleitor poderá ser preso ou detido, salvo em flagrante delito, ou em virtude de sentença criminal condenatória por crime inafiançável, ou, ainda, por desrespeito a salvo-conduto (Código Eleitoral, art. 236, caput).

### **23 de outubro – quinta-feira (3 dias antes)**

1. Início do prazo de validade do salvo-conduto expedido pelo juiz eleitoral ou presidente da mesa receptora (Código Eleitoral, art. 235, parágrafo único).

2. Último dia para propaganda política mediante reuniões públicas ou promoção de comícios e utilização de aparelhagem de sonorização fixa, entre às 8h e às 24h (Código Eleitoral, art. 240, § único, e Lei nº 9.504/97, art. 39, §§ 4º e 5º, I).

[...]

## **24 de outubro – sexta-feira (2 dias antes)**

1. Último dia para a divulgação da propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão (Lei nº 9.504/97, art. 49, caput).

2. Último dia para a divulgação paga, na imprensa escrita, de propaganda eleitoral, no espaço máximo, por edição, para cada candidato, partido político ou coligação, de um oitavo de página de jornal padrão e um quarto de página de revista ou tablóide (Lei nº 9.504/97, art. 43, caput).

3. Último dia para a realização de debates (Resolução nº 22.452/2006).

4. Último dia para propaganda eleitoral em páginas institucionais na internet (Resolução nº 22.460/2006).

[...]

## **25 de outubro – sábado (1 dia antes)**

1. Último dia para a propaganda eleitoral mediante alto-falantes ou amplificadores de som, entre às 8h e às 22h (Lei nº 9.504/97, art. 39, §§ 3º e 5º, I).

2. Último dia para a promoção de carreata e distribuição de material de propaganda política (Lei nº 9.504/97, art. 39, § 5º, I e III).

## **26 de outubro – domingo**

### **DIA DA ELEIÇÃO**

(Lei nº 9.504/97, art. 2º, § 1º)

Às 7 horas

Instalação da seção eleitoral (Código Eleitoral, art. 142).

Às 8 horas

Início da votação (Código Eleitoral, art. 144).

Às 17 horas

Encerramento da votação (Código Eleitoral, arts. 144 e 153).

Depois das 17 horas

Emissão do boletim de urna e início da apuração totalização dos resultados.

1. Possibilidade de funcionamento do comércio no dia da eleição, com a ressalva de que os estabelecimentos que funcionarem nesta data deverão proporcionar as condições para que seus funcionários possam exercer o direito/dever do voto (Resolução nº 22.963/2008).

## **28 de outubro – terça-feira**

1. Término do prazo, às 17 horas, do período de validade do salvo-conduto expedido pelo juiz eleitoral ou pelo presidente da mesa receptora (Código Eleitoral, art. 235, parágrafo único).
2. Término do período, após às 17 horas, em que nenhum eleitor poderá ser preso ou detido, salvo em flagrante delito, ou em virtude de sentença criminal condenatória por crime inafiançável, ou, ainda, por desrespeito a salvo-conduto (Código Eleitoral, art. 236, caput).

[...]

4. Último dia para os comitês financeiros encaminharem à Justiça Eleitoral as prestações de contas referentes ao primeiro turno, salvo as dos candidatos que concorreram ao segundo turno das eleições (Lei nº 9.504/97, art. 29, III e IV).
5. Último dia para encaminhamento da prestação de contas pelos candidatos às eleições proporcionais que optarem por fazê-lo diretamente à Justiça Eleitoral (Lei nº 9.504/97, art. 29, § 1º).
6. Último dia para os candidatos, os partidos políticos e as coligações, nos estados onde não houve segundo turno, removerem as propagandas relativas às eleições, com a restauração do bem, se for o caso (Resolução nº 22.718/2008, art. 78).

[...]

## **4 de novembro – terça-feira**

(30 dias após o primeiro turno)

2. Último dia para os candidatos, inclusive a vice e a suplentes, comitês financeiros e partidos políticos encaminharem à Justiça Eleitoral as prestações de contas referentes ao primeiro turno, salvo as dos candidatos que concorreram ao segundo turno das eleições (Lei nº 9.504/97, art. 29, III e IV).

3. Último dia para encaminhamento da prestação de contas pelos candidatos às eleições proporcionais que optarem por fazê-lo diretamente à Justiça Eleitoral (Lei nº 9.504/97, art. 29, § 1º).

## **Daqui em diante, examinar datas e eventos**

### **29 de outubro – quarta-feira**

1. Último dia para conclusão dos trabalhos de apuração pelas juntas eleitorais e remessa ao Tribunal Regional Eleitoral dos documentos a ela referentes.

### **9 de dezembro – terça-feira**

1. Último dia do prazo para a publicação, em sessão, da decisão que julgar as contas dos candidatos eleitos (Redação dada pela Lei nº 11.300/2006, que alterou a Lei nº 9.504/97 – art. 30, § 1º).

### **10 de dezembro – quarta-feira**

1. Último dia para a publicação em cartório da decisão que julgar as contas de todos os candidatos eleitos (Lei nº 9.504/97, art. 30, § 1º) (alteração feita pela Resolução nº 22.622 de 08/11/2007).

### **17 de dezembro – sexta-feira**

1. Último dia para a diplomação dos eleitos.  
[...]

## **JUNHO DE 2015**

### **30 de junho – quinta-feira**

1. Último dia para os tribunais regionais eleitorais concluírem os julgamentos das prestações de contas de campanha eleitoral dos candidatos não eleitos.

## **11. Como organizar a Convenção Eleitoral Estadual**

As orientações a seguir destinam-se a dirigentes e militantes do Partido Popular Socialista, para servir como modelo na organização das Convenções partidárias que escolherão os nossos candidatos a governador(a), vice-governador(a), senador(a), deputados federais e estaduais, ou distritais, e as coligações que estão sendo construídas. Procuramos seguir as normas estatutárias, resoluções partidárias e textos legais, além disto elaboramos modelos de edital, de ata e de ofícios, visando facilitar e evitar que venham a ser cometidos erros que possam prejudicar o Partido e os próprios candidatos. No mais, é arregaçarmos as mangas e irmos à luta em busca da vitória.

O período da realização das Convenções é entre os dias 10 e 30 de junho deste ano eleitoral.

### **Prazos a considerar:**

30 dias antes

I – É o limite máximo permitido para que o eleitor possa ter sua filiação deferida a fim de participar da Convenção com direito a voz e voto. Os já filiados podem se recadastrar até o início da Convenção;

II – O Diretório (ou a Comissão Provisória) deverá organizar a lista dos possíveis candidatos e das hipóteses de partidos com quem poderemos nos coligar para as disputas majoritária e proporcional;

III – Deve-se solicitar a quem de direito o local para realizar Convenção, a fim de evitar atropelos de última hora.

08 dias antes

I – Último dia para divulgar o Edital de Convocação, assinado pelo presidente, e que deverá constar além do dia, horário e local, a pauta da Convenção.

Este Edital deverá ser afixado na sede do Partido, no quadro de avisos do Cartório Eleitoral e no site do partido (modelo 2);

II – Encaminhar ofício ao Tribunal Regional Eleitoral comunicando dia, horário e local da realização da Convenção (modelo 2);

III – Sempre que possível, todos os filiados com direito à ativa participação deverão ser comunicados pessoalmente (modelo 3), o que poderá ser feito em uma notificação coletiva na qual serão apostas as assinaturas na mesma, tomando conhecimento (modelo 4);

IV – Convém lembrar que os filiados só terão direito a voto se estiverem recadastrados e em dia com a contribuição financeira fixada pelo respectivo Diretório;

V – Deve-se dar ampla divulgação do evento à imprensa local (rádio, jornal, TV, blog etc.).

Providências necessárias:

I – A relação atualizada dos filiados com direito a voto;

II – O livro de ata;

III – Convites aos partidos com quem faremos coligação ou temos afinidades políticas;

IV – Convites às autoridades políticas e sociais e a pessoas com destaque na sociedade;

V – A confecção da(s) chapa(s) para ser(em) colocada(s) à disposição dos convencionais.

O processo de votação:

I – Após verificar-se na lista se o filiado está apto a votar, passa-se à

assinatura na lista de presença, que será feita no próprio livro de atas e a antecederá (modelo 6);

II – O período de votação será o constante no Edital de Convocação e não deverá ser inferior a duas horas;

III – O quorum a ser atingido para que sejam considerados os efeitos legais da Convenção é a maioria absoluta dos convencionais presentes;

IV – Os votos nulos e em branco serão considerados apenas para efeito de quorum.

Outras observações:

I – A Convenção partidária deverá ser realizada num clima de festa que demonstre a força do partido e dos candidatos;

II – No caso de serem celebradas coligações, pode ser acertado que os partidos realizem suas Convenções no mesmo horário e lugar, embora cada um redigirá a sua própria ata, em seus respectivos livros;

III – Solicitar, com antecedência, aos(às) pré-candidatos a documentação necessária para o pedido de registro, lembrando-se que os órgãos que fornecerão as certidões estarão sobrecarregados neste período (ver o Modelo V, com a autorização para incluir o nome como candidato);

IV – Com organização e capacidade chegaremos à vitória.

**SUCESSO!**

## **Modelos**

### **01 – Edital**

Nos termos da Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997, ficam convocados, pelo presente edital, todos os filiados ao Partido Popular Socialista (PPS) aptos a votar, para a CONVENÇÃO Eleitoral que será realizada no dia .. de junho de 2014, com início às . . . . . horas e encerramento às . . . . . horas, na rua . . . . . nº .. , nesta cidade, com a seguinte ORDEM DO DIA:

I – Estratégia eleitoral a ser adotada;

II – Deliberação sobre coligação;

III – Denominação da coligação (se aprovada);

IV – Escolha de candidatos a governador, vice-governador, senador, deputados federais, estaduais ou distritais;

V – Sorteio dos números dos candidatos a deputado federal e estadual ou distrital.

Local e data,  
Presidente da Comissão Executiva (ou Organizadora) Estadual.

## **02 – Comunicado ao Tribunal Regional Eleitoral**

Deverá ser feito com uma antecedência de 20 dias

Local e data.

Exmo. Sr. Dr. Presidente do Tribunal Regional Eleitoral

Em cumprimento à legislação eleitoral, estamos comunicando a este Tribunal que o Partido Popular Socialista (PPS) realizará, no dia .. de junho de 2014, a sua Convenção Eleitoral, com início às .. h e término às .. h, na rua . . . . . n° . . . . . , nesta capital. A referida Convenção deliberará sobre coligação e escolherá candidatos a governador, vice-governador, senador, deputados federais, estaduais ou distritais para as eleições de 5 de outubro do corrente ano.

Comunicamos ainda que foram convocadas por edital todos os filiados ao partido com direito a voz e voto.

Respeitosamente,

Presidente da Comissão Executiva (ou Organizadora) Estadual

## **03 – Ofício de Notificação ao Filiado**

A convocação poderá ser feita individual ou coletivamente, sempre que possível, já que não é obrigatória.

Local e data.

Companheiro Fulano de tal,

Pelo presente, fica o companheiro notificado da realização da Convenção Estadual do nosso partido, para a escolha dos candidatos a governador, vice-governador, senador, deputados federais e estaduais, ou distritais, assim como da definição da(s) coligação(ções) para o pleito de 5 de outubro, marcada para o dia .. de junho de 2014, das .. h às .. h, na rua . . . . . , n° ..., nesta capital, e, ao mesmo tempo, fica convocado para sua efetiva participação, sem a qual não alcançaremos o êxito necessário.

Saudações Democráticas,

Presidente da Comissão Executiva (ou Organizadora) Estadual

Nome e endereço do destinatário

## **04 – Notificação Coletiva aos Filiados**

### **NOTIFICAÇÃO**

Pelo presente, os filiados do Partido Popular Socialista (PPS), neste estado, ficam notificados da realização da Convenção Estadual para a escolha dos candidatos a governador, vice-governador, senador, deputados federais e estaduais, ou distritais assim como para a definição da(s) coligação(ções) para a disputa eleitoral do dia 5 de outubro, marcada para o dia .. de junho de 2014, das ..h às .. h, na rua . . . . . n° . . . . . e, ao mesmo tempo, ficam convocados para dela participar, esclarecendo que para maior brilhantismo do evento é indispensável a presença de todos.

Presidente da Comissão Executiva (ou Organizadora) Estadual

.....  
.....  
.....  
(os filiados vão assinando à medida que forem notificados)

### **05 – Autorização para Inclusão do Nome como Candidato** **AUTORIZAÇÃO**

Local e data.

Sr. Presidente do Diretório (ou Comissão Organizadora) Estadual do PPS.

Pelo presente documento, autorizo o Diretório (ou Comissão Organizadora) Estadual a submeter meu nome à Convenção Eleitoral Estadual desta agremiação partidária para concorrer a (uma) vaga de candidato a ..., nas eleições de 5 de outubro próximo vindouro.

(Fazer esta convocação sempre que possível. Ela não é obrigatória. A convocação individual exclui a coletiva e vice-versa.

A autorização deve ser encaminhada à Comissão Executiva Estadual no ato da inscrição do pré-candidato

Tratando-se de pré-candidatos à eleição majoritária deverá receber o apoio de um terço dos membros do Diretório Estadual ou de 20% dos filiados no estado ou no DF).

Caso tenha meu nome aprovado, solicitarei que seja registrado com as seguintes variações:

.....  
.....  
.....

Reafirmo estar de pleno acordo com o Programa e o Estatuto do PPS, bem como com as normas emanadas dos órgãos partidários.

Saudações, Fulano de tal

### **06 – Modelo de Ata**

Ata da Convenção Eleitoral do Partido Popular Socialista (PPS), no estado de ....., realizada no dia ... de junho de 2014.

Lista de Presença

.....  
.....  
.....

(assinaturas dos filiados com direito a voto)

Aos . . . . . dias do mês de junho do ano de dois mil e quatorze ( ... /06/2014), às .. h, na rua . . . . . n° . . . . . (prédio da Câmara de Vereadores ou . . . . . ), nesta capital, no estado de . . . . . , sob a presidência de ... (Fulano de Tal) que convidou o companheiro . . . . . (Sicrano) para secretariar os trabalhos, foi aberta a Convenção Eleitoral Estadual. O sr. presidente, após verificar que havia quorum legal para deliberar, solicitou ao(á) sr.(a) secretário que fizesse a leitura do Edital de Convocação e passou à ordem do dia. Em primeiro lugar, comunicou aos presentes que havia proposta de coligação para a eleição majoritária, devidamente apoiada por .. (tantos) membros do Diretório Municipal (ou por ... tantos filiados ao partido no estado) com os seguintes partidos PXB, PQP, PKCT, e que o PPS indicaria o candidato a governador e o partido tal faria a indicação do vice (ou como for a realidade estadual). Após caloroso e fraterno debate e colocada em votação, foi aprovada a coligação com os partidos X, Y, Z, W e que o seu candidato a governador será o sr. Agnaldo de tal, do PPS, que será identificado pelo n° 23 e o candidato a vice a sra. Maria das Graças, do PQP, (ou como for aprovado), e que os candidatos a senador serão Fulano, do PRS, e Sicrano, do PL. Em seguida, foram analisadas as sugestões de nomes para a coligação. Após colocada em votação, escolheu-se o nome “Sem mudança não há esperança”. Dando prosseguimento, passou-se a examinar a condição de coligações para a eleição proporcional, decidindo-se que o PPS lançará chapa completa de deputados federais e estaduais ou distritais, não se coligando com nenhum partido para esta eleição (ou então, se coligar com os partidos PQP e PRS). Analisando-se os nomes dos pré-candidatos à Câmara Federal e à Assembleia Legislativa ou Câmara Distrital e o número

de cadeiras a ser disputadas é 8 para federal e 25 para a AL, o partido decidiu lançar 14 candidatos, sendo de considerar que 30% obrigatoriamente serão de outro sexo. O sr. presidente apresentou aos convencionais o resultado da análise da comissão designada para avaliar as condições dos pré-candidatos, esclarecendo que foram considerados os critérios de atuação e desempenho nos diversos setores da sociedade, a atuação comunitária, o nível de conhecimento, o comprometimento partidário, a integridade moral e social, o entendimento da nova realidade político-partidária e a clareza sobre a formação de um bloco político democrático e reformista. Após criteriosa avaliação da proposta da comissão e aprovação dos nomes dos candidatos, foi feito o sorteio dos números e a chapa aprovada para concorrer tanto à Câmara Federal como à Assembleia Legislativa ou Câmara Distrital foi a seguinte: Jorge Carreiro de Pinho, Jorge Carreiro e Jorge Pinho nº 23.456, Astrogildo Luiz Bezerra, Astrogildo Bezerra e Gildo nº 23.234, Raimunda Ribeiro Leite, Raimunda Ribeiro e Rai nº 23.666, Maria das Dores Xavier, Maria Xavier e Das Dores nº 23.210, João Mendonça Alves, João Boquinha, João Alves nº 23.024 (prosseguiu a relação com os nomes completos de todos os escolhidos, as variações de nome para registro e o número atribuído. Anotar inclusive, se for o caso, a falta de candidatos para preencher a cota dos sexos). Foram escolhidos como delegados do PPS, com a responsabilidade de representar o partido perante o TRE, os companheiros Gilderley, Franco e Saboia (três delegadas), tendo ficada autorizada a Comissão Executiva Estadual para que, junto com os demais partidos, designem um(a) representante que terá atribuições equivalentes às de presidente de partido, no trato dos interesses e na representação da coligação junto à Justiça Eleitoral. Usaram da palavra, saudando e parabenizando os recém-escolhidos os companheiros: Fulano, Beltrana, Sicrano e as representantes dos seguintes partidos: X, Y, W, Q. (Depois de terem sido anotadas todas as deliberações adotadas e registrar os fatos que desejarem). O sr. presidente, após saudar os partidos presentes e os companheiros escolhidos candidatos, e verificando que nada mais havia a tratar, deu por encerrada a Convenção. Para constar, eu, fulano de tal, lavrei a presente ata que vai assinada pelo sr. presidente dos trabalhos.

### **Providências após a Convenção**

São importantes as providências administrativas e burocráticas por parte dos novos dirigentes partidários:

I – xerocopiar a ata da Convenção, em duas vias e autenticá-las no Cartório Eleitoral.

II – comunicar por ofício ao Tribunal Regional Eleitoral as deliberações da Convenção quanto a candidaturas e coligações.

III – encaminhar à instância partidária imediatamente superior uma cópia da ata da Convenção.

IV – encaminhar também à instância partidária imediatamente superior a relação nominal de todos os candidatos, constando endereços (postal e eletrônico) e telefones.

V – tornar público, por meio da imprensa, a relação dos candidatos e das coligações feitas.

### **Registro de Candidatos**

Não havendo nenhum tipo de coligação, o presidente do partido fará o pedido.

Havendo coligação, o pedido de registro será formulado pelos presidentes dos partidos coligados ou pelo representante da coligação e ser instruído pelos seguintes documentos:

01 – cópias das atas das convenções de todos os partidos coligados;

02 – autorização dos candidatos, por escrito;

03 – prova de filiação partidária (pode ser uma declaração do presidente ou secretário do partido, cópia da ficha de filiação ou da carteira de identidade partidária);

04 – declaração de bens, assinada pelo candidato (pode ser a Declaração de Renda);

05 – cópia do título de eleitor ou certidão fornecida pelo cartório eleitoral em que se comprove um ano de inscrição como eleitor(a);

06 – certidão de quitação eleitoral (fornecida pelo Cartório Eleitoral – que na mesma certidão pode incluir a do item 05);

07 – certidões criminais fornecidas pelos órgãos de distribuição das Justiças Eleitoral, federal e estadual;

08 – fotografia do candidato, nas dimensões estabelecidas pela Justiça Eleitoral.

09 – certificado de participação no Curso para Pré-candidatos.

## **Resolução Eleitoral nº 002/2014**

*Estabelece normas para a escolha de candidatos(as) e celebração de coligações para as eleições de outubro de 2014*

O Diretório Nacional do Partido Popular Socialista, atendendo a exigências legais e estatutárias, no que tange às eleições de 2014, aprova a seguinte Resolução:

Art. 1º – As Convenções Eleitorais (Nacional, Estadual ou Distrital), constituídas na forma do Art. 18 do Estatuto, destinadas a deliberar sobre coligações e sobre a escolha de candidatos(as) ao pleito de 05 de outubro de 2014, deverão ser realizadas no período de 12 a 30 de junho de 2014, lavrando-se a respectiva ata, devendo ser publicada em 24 (vinte e quatro) horas, em qualquer meio de comunicação.

Art. 2º – A convocação será feita pela respectiva Comissão Executiva, por meio de Edital, publicado em jornal de grande circulação e/ou no site do Diretório Estadual, e a Nacional no portal [www.pps.org.br](http://www.pps.org.br), com antecedência mínima de 07 (sete dias).

§ 1º – No edital, devem constar, dentre outras informações, a pauta dos trabalhos, o local e o horário da Convenção.

§ 2º – As respectivas Comissões Executivas deverão comunicar à Justiça Eleitoral, com antecedência mínima de 08 (oito) dias, a realização da Convenção.

Art. 3º – O processo de seleção dos candidatos ao pleito de outubro será conduzido pela respectiva Comissão Executiva, que publicará uma lista única na sede partidária, até dez dias antes da Convenção, observando-se:

I – A inclusão, após avaliação pela Coordenação Eleitoral Estadual, Distrital ou Nacional, dos pré-candidatos que atenderem ao disposto nos § 1º e 4º, do art. 10, do Estatuto do PPS.

II – Os pedidos de impugnação intrapartidários poderão ser apresentados no prazo máximo de 48 (quarenta e oito) horas após a divulgação da lista, tendo a Coordenação Eleitoral igual prazo para apreciá-los, cabendo recurso fundamentado, por qualquer das partes, à respectiva Comissão Executiva e, em última instância, à Convenção.

§ 1º – Na elaboração da lista, a Coordenação Eleitoral, a Comissão Executiva e a Convenção na aprovação dos candidatos darão preferência aos pré-candidatos a deputado federal com comprovada vida orgânica e militância partidária, com notória expressão política e eleitoral e aos que

militem no movimento social e que atendam aos dispositivos estatutários.

§ 2º – Para que tenha seu nome incluído na lista da Comissão Executiva e apreciado pela Convenção Eleitoral, o pré-candidato deverá enviar à Coordenação Eleitoral, até o dia 10 de junho de 2014, um termo de compromisso, no qual constará:

a) ciência e concordância com as disposições estatutárias e com aquela que determina os limites das coligações;

b) declaração de que conhece e concorda com as disposições estatutárias relativas à contribuição financeira do titular de mandato eletivo;

c) declaração de que concorda em dispor de seu sigilo fiscal e bancário, quando se fizer necessário.

§ 3º – O filiado que não constar da lista, desde que esteja com sua situação em conformidade com as exigências da legislação eleitoral e com as condições estatutárias do PPS, poderá ter seu nome reapresentado à respectiva Convenção, que decidirá por maioria a sua inclusão ou não; no caso de a lista estar completa, a inclusão somente poderá ocorrer em substituição ao nome de outro pré-candidato, obrigatoriamente destacado.

§ 4º – Será exigida do pré-candidato, no ato da inscrição, comprovação de estar em dia com sua contribuição financeira junto ao Partido e o certificado de participação no Curso de Formação Política, a ser oferecido pelos Diretórios Estaduais em que estiver filiado.

§ 5º – Da inscrição dos pré-candidatos no Curso de Formação Política, as direções estaduais enviarão ao diretório nacional, por e-mail ou carta, a relação de todos os participantes para registro em cadastro nacional.

Art. 4º – A Convenção Nacional priorizará, conforme indicativo aprovado no XVIII Congresso Nacional do PPS, a coligação nacional com a pré-candidatura do Partido Socialista Brasileiro (PSB) à Presidência da República.

§ 1º – As Convenções nos Estados e no Distrito Federal enviarão todos os esforços para que as coligações regionais se reproduzam em torno da coligação nacional, sendo admitidas também as coligações regionais com os grupos que apoiam os demais candidatos do campo oposicionista à Presidência da República.

§ 2º – Caso as Convenções nos Estados e no Distrito Federal estabeleçam coligações regionais com grupos que apoiam a pré-candidatura presidencial do Partido dos Trabalhadores (PT), a respectiva direção estadual deverá fazer pedido circunstanciado de anuência à Executiva Nacional, que terá 72 (setenta e duas) horas para deliberar sobre o pedido,

sendo que a ausência de manifestação neste prazo importará na aprovação. E caso haja negativa da Executiva Nacional, fica vedada a coligação.

Art. 5º – Os filiados, especialmente os candidatos, os detentores de mandato eletivo e todos aqueles que integram o diretório nacional, estadual, distrital, o diretório municipal ou comissão provisória organizadora e demais órgãos partidários, apoiarão exclusivamente candidatos a deputado federal e deputado estadual filiados ao PPS, bem como candidatos a presidente, governador e senador filiados ou coligados com o Partido.

Art. 6º – Qualquer filiado poderá denunciar, desde que fundamentadamente, eventual violação ao artigo anterior perante a Comissão Executiva Estadual competente.

§ 1º – Havendo indícios consistentes de violação à regra, caberá à Comissão Executiva Estadual encaminhar denúncia à respectiva Comissão de Ética.

§ 2º – Os processos decorrentes desta Resolução terão preferência sobre quaisquer outros em tramitação na Comissão de Ética.

§ 3º – A Comissão de Ética, recebida a denúncia, notificará o denunciado para apresentar defesa no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, sob pena de se considerar verdadeiros os fatos alegados.

§ 4º – Sorteado o relator, este deverá emitir seu parecer no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, contados a partir do recebimento dos autos.

§ 5º – Em seguida, a Comissão de Ética reunir-se-á aprovando ou não o voto proposto pelo relator, no prazo máximo de 48 (quarenta e oito) horas, contados a partir do recebimento dos autos.

§ 6º – A Comissão de Ética formará sua convicção pela livre apreciação dos fatos, incluindo aqueles públicos e notórios, bem como indiciários, além da prova produzida no procedimento, atentando para circunstâncias ou fatos, ainda que não indicados ou alegados pelas partes, mas que preservem o interesse público de lisura e fidelidade partidária.

§ 7º – A infração a qualquer dispositivo desta Resolução constituirá falta gravíssima ao princípio da fidelidade partidária, passível de expulsão do infrator.

§ 8º – Em caso de condenação anterior ao envio das listas, fica autorizado o partido a retirar o nome do filiado-condenado da Convenção; em sendo posterior, fica o partido autorizado a requerer o cancelamento do registro da sua candidatura junto à Justiça Eleitoral.

Art. 7º – Os Diretórios Municipais, Distritais e Comissões Provisórias, seus respectivos dirigentes e mandatários, nas eleições para deputado estadual ou distrital, deputado federal, senador, governador e presidente da República, que não atingirem o limite mínimo estabelecido, como cláusula

de desempenho, pelos respectivos Diretórios Estaduais, serão submetidos pelos mesmos a uma análise política da situação, de forma individual, podendo ensejar, eventualmente, a instauração de processo de apuração de violação da ética e da fidelidade partidária junto aos Conselhos de Ética Estaduais, para aplicação de penalidades previstas no art. 40 do Estatuto.

Parágrafo único – O limite mínimo de desempenho será fixado com base no resultado das eleições municipais de 2012.

Art. 8º – A Convenção poderá ser realizada em qualquer dia da semana, devendo-se considerar aquele que possibilite maior presença e participação de convencionais, respeitado o período necessário às deliberações, nunca inferior a duas horas.

Art. 9º – As Convenções Eleitorais, em ambos os níveis, serão constituídas nos termos do § 2º, do art. 18, do Estatuto do PPS.

§ 1º – Os componentes da Convenção Eleitoral serão credenciados como delegados e só estes terão direito a voz e voto.

§ 2º – Só poderão ser credenciados os filiados em dia com suas contribuições financeiras, na forma estatutária e de acordo com prévia informação da Tesouraria.

Art. 10 – A Convenção poderá instalar-se com qualquer número de convencionais, mas só deliberará com a maioria absoluta dos delegados.

Art. 11 – Não será permitido o voto cumulativo, nem por procuração.

Art. 12 – Caso a Convenção Estadual ou Distrital não indique o número máximo de candidatos às eleições proporcionais, de acordo com a Lei, a Comissão Executiva poderá, até a data limite para o registro de candidaturas, preencher as vagas remanescentes.

Parágrafo único – A Convenção deverá obrigatoriamente preencher todas as vagas previstas na quota de gênero (30%), de acordo com a legislação eleitoral.

Art. 13 – Os casos omissos serão resolvidos pela respectiva Convenção.

Art. 14 – Esta resolução entra em vigor na data de sua publicação no Portal do PPS, sendo que sua vigência alcança o pleito eleitoral de 2014.

Paragrafo único – O disposto no art. 4º será levado à publicação no Diário Oficial da União e comunicado ao Tribunal Superior Eleitoral, valendo como diretriz nacional, para os efeitos previstos no art. 7º, da Lei nº 9.504/1997.

Brasília, 14 de fevereiro de 2014.

*Roberto Freire*  
*Presidente Nacional do PPS*

## **Resolução Orgânica nº 006/2014**

Considerando a decisão do Tribunal Superior Eleitoral, pela não aplicação da Lei nº 12.891/2013, na parte em que altera regras de convenções e de registro de candidatos, às eleições de 2014, a Comissão Executiva Nacional, reunida em Brasília no dia 03 de junho de 2014, *ad referendum* do Diretório Nacional, **RESOLVE**:

Art. 1º – Alterar a regra do art. 1º da Resolução Orgânica nº 002/2014, para determinar que as Convenções Eleitorais (Nacional, Estadual ou Distrital), constituídas na forma do Art. 18 do Estatuto, destinadas a deliberar sobre coligações e sobre a escolha de candidatos (as) aos pleitos de 05 de outubro de 2014, deverão ser realizadas no período de 10 a 30 de junho de 2014.

Art. 2º – Esta resolução entra em vigor na data de sua publicação no Portal do PPS, sendo que sua vigência alcança o pleito eleitoral de 2014.

Brasília, 03 de junho de 2014.

*Roberto Freire*  
*Presidente Nacional do PPS*





**Partido Popular Socialista - PPS**

SCS – Quadra 7 – bloco A – Ed. Executive Tower – Salas 826 e 828 – Pátio Brasil Shopping

CEP: 70307-901 – Brasília-DF FONE: (61) 3218-4123 FAX: (61) 3218-4112

E-mail: [pps23@pps.org.br](mailto:pps23@pps.org.br) - Visite diariamente nosso site: [www.pps.org.br](http://www.pps.org.br)