

PERGUNTAS E RESPOSTAS

• PUBLICIDADE SUJEITA AO CONTROLE DA LEGISLAÇÃO EM ANO ELEITORAL

1. No ano eleitoral existem vedações quanto às ações publicitárias do Governo?

Sim, estão vedadas as ações de publicidade institucional, de publicidade de utilidade pública e a publicidade mercadológica de produtos e serviços que não tenham concorrência no mercado, no período eleitoral, que corresponde aos três meses que antecedem o primeiro turno das eleições, podendo estender-se até o segundo turno, quando houver.

Fundamentação: Lei nº 9.504/1997, art. 73.

2. Quando exatamente começa e acaba o período eleitoral nas eleições de 2018?

O período eleitoral começa no dia 7 de julho e termina no dia 7 de outubro, podendo se estender até o dia 28 de outubro, em caso de eventual segundo turno.

3. Há exceções às vedações da publicidade do Governo no período eleitoral?

Sim, no período eleitoral não estão sujeitas ao controle da legislação eleitoral as ações publicitárias referentes à publicidade legal, a publicidade de utilidade pública (reconhecida como de grave e urgente necessidade pública pela Justiça Eleitoral), a publicidade mercadológica de produtos ou serviços que tenham concorrência no mercado e a publicidade destinada a público constituído de estrangeiros, realizada no país ou no exterior.

Fundamentação: Lei nº 9.504/1997, art. 73, inciso VI, alínea 'b'.

4. O que caracteriza a Publicidade Institucional?

É a que se destina a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo, com o objetivo de atender ao princípio constitucional da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas e de promover o Estado no exterior.

Destaque-se que a publicidade institucional destinada estritamente a público estrangeiro, no Brasil ou no Exterior, não está sujeita à vedação da legislação eleitoral.

5. O que caracteriza a Publicidade Legal?

É a que se destina à divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo, com o objetivo de atender a prescrições legais.

6. O que caracteriza a Publicidade de Utilidade Pública?

É a que se destina a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos.

7. O que caracteriza uma “situação de grave e urgente necessidade pública”, para fins de publicidade de utilidade pública durante o período eleitoral?

A definição das situações de grave e urgente necessidade pública está a cargo da Justiça Eleitoral, dependendo de prévia consulta e autorização específica. Dessa forma, as propostas de ações publicitárias embasadas em justificativas de situação de grave e urgente necessidade

MANUAL PARA ASSESSORES DE IMPRENSA E GESTORES DE REDES SOCIAIS EM RELAÇÃO AS CONDUTAS A SEREM OBSERVADA NO PERÍODO ELEITORAL

pública, deverão ser previamente submetidas à apreciação do Tribunal Regional Eleitoral, a quem compete reconhecer a pertinência da gravidade/urgência e autorizar a realização da ação.

Fundamentação: Lei nº 9.504/1997, art. 73, inciso VI, alínea 'b.

8. Como se dá o procedimento de envio à Justiça Eleitoral para a autorização de campanhas de utilidade pública de grave/urgente necessidade?

A publicidade submetida ao controle da legislação eleitoral que, a juízo dos órgãos e entidades, possa ser reconhecida como de grave e urgente necessidade pública, para fins de veiculação, exibição, exposição ou distribuição durante o período eleitoral, deverá ser apresentada à SECS com pedido de encaminhamento à Justiça Eleitoral para autorização de sua realização.

Os pedidos de encaminhamento à Justiça Eleitoral, enviados à SECS, deverão estar acompanhados de informações que demonstrem, de forma clara e objetiva, a grave e urgente necessidade pública da ação de publicidade a ser realizada.

As peças e/ou materiais publicitários só poderão ser veiculados, exibidos, expostos ou distribuídos na forma aprovada pela Justiça Eleitoral, observadas as eventuais modificações por ela determinadas.

9. A partir de qual data o órgão deve encaminhar consultas para a Justiça Eleitoral sobre as campanhas de utilidade pública de grave/urgente necessidade?

Com a antecedência necessária para que a campanha de utilidade pública, considerada de grave e urgente necessidade, possa ser encaminhada para análise e manifestação da Justiça Eleitoral, a qual poderá autorizar, ou não, a sua veiculação, exibição, exposição ou distribuição no período eleitoral.

Fundamentação: Orientação SECS.

• USO DE MARCAS NO PERÍODO ELEITORAL

10. Qual é a orientação quanto à aplicação das marcas de governo no período eleitoral?

As marcas de governo são transitórias, ou seja, mudam a cada gestão. Por isso, a jurisprudência do TSE aponta no sentido de vedar no período eleitoral a exposição das marcas de governo, devendo ser suspensa toda e qualquer forma de divulgação da marca do Governo do Paraná na publicidade e em qualquer ação de comunicação ou meio de divulgação do Estado.

Já marcas do Estado do Paraná estão definidas na Constituição Estadual, e são permitidas. O Art. 6º da Constituição estadual define que o Paraná adota como símbolos, além dos nacionais, a Bandeira, o Hino, o Brasão de Armas e o Sinete.

Assim, no período eleitoral, a utilização da bandeira ou do brasão somente pode se dar sem a associação com mensagem ou assinatura de governo.

11. A suspensão do uso da marca do Governo Estadual se estende às marcas de programas governamentais?

Sim, vale ressaltar que as marcas de programas, campanhas, ações e eventos, ou mesmo os slogans ou qualquer elemento que possa constituir sinal distintivo da publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral constituem elemento capaz de configurar uma publicidade institucional. Por isso, fica vedada a sua divulgação no período eleitoral, de forma a evitar sua associação com determinada gestão de governo.

Contudo, a suspensão não se aplica às marcas vinculadas a políticas públicas de Estado, que podem ser utilizadas para identificar/sinalizar pontos de atendimento ou para orientar o

MANUAL PARA ASSESSORES DE IMPRENSA E GESTORES DE REDES SOCIAIS EM RELAÇÃO AS CONDUTAS A SEREM OBSERVADA NO PERÍODO ELEITORAL

cidadão quanto aos serviços prestados, preservado o caráter educativo e informativo da divulgação.

12. Qual é a orientação relativa à produção e distribuição de material impresso ou publicitário com a marca do Governo Estadual?

Durante o período eleitoral deve ser suspensa a distribuição de materiais impressos ou publicitários com a marca do Governo do Estado, tais como publicações, folders, filipetas, cartilhas, folhetos, dentre outros.

O que importa para fins de controle da legislação eleitoral é o momento da distribuição do material, sendo irrelevante o momento de sua produção.

Se os materiais já foram produzidos com a marca, só poderão ser distribuídos no período eleitoral se a marca do Governo do Estado for coberta.

Destaque-se a necessidade do órgão guardar os comprovantes de distribuição dos materiais com a marca do Governo do Estado, distribuídos antes do período eleitoral, com vistas a apoiar comprovações futuras, se necessário.

• MARCA DO GOVERNO EM PLACAS DE OBRAS NO PERÍODO ELEITORAL

13. É vedada a aplicação da marca do Governo do Estado nas placas de obras públicas?

Sim, as placas de obras ou de projetos de obras de que participe o Estado, direta ou indiretamente, deverão ser alteradas para exposição durante o período eleitoral, em face da suspensão da divulgação da marca do Governo do Estado.

14. O que fazer com as placas de obras públicas que já contém a marca do Governo?

A marca deverá ser retirada ou coberta da placa de obra ou de projeto de obra, com vistas a não suscitar qualquer caracterização como publicidade institucional. Faculta-se, ainda, a retirada da referida placa, como alternativa a essa orientação, se for mais conveniente para o órgão ou entidade responsável pela mesma.

Essa alternativa de retirada da placa de obra não se aplica nos casos de divulgação obrigatória por legislação específica.

Configura propaganda institucional vedada a manutenção de placas de obras ou de projetos de obras instaladas anteriormente ao período eleitoral, quando delas constarem expressões que possam identificar autoridade, servidores ou administrações cujos cargos estejam em disputa eleitoral.

Fundamentação: Lei nº 9.504/1997, art. 73, VI, 'b'.

• COMUNICAÇÃO EM PROPRIEDADES DIGITAIS NO PERÍODO ELEITORAL

15. Qual a orientação para as ações de divulgação dos órgãos em seus sítios na internet e em seus perfis em redes sociais?

Os órgãos e entidades deverão, com a necessária antecedência, mandar retirar de suas propriedades digitais toda e qualquer publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, tais como filmes, vinhetas, vídeos, anúncios, painéis, banners, posts, marcas, slogans e qualquer conteúdo de natureza similar.

Essa orientação também vale para a publicidade do órgão em propriedades digitais de terceiros, em decorrência de termos de contrato, convênios, parcerias ou ajustes similares, com ele firmados. Cabe ao órgão guardar comprovação inequívoca de que solicitou tal providência e manter registros claros de que a publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral foi

MANUAL PARA ASSESSORES DE IMPRENSA E GESTORES DE REDES SOCIAIS EM RELAÇÃO AS CONDUTAS A SEREM OBSERVADA NO PERÍODO ELEITORAL

veiculada, exibida ou exposta antes do período eleitoral para, caso necessário, apresente prova junto à Justiça Eleitoral.

Cabe ao órgão ou entidade zelar pelos conteúdos divulgados em suas propriedades digitais, ainda que tenham suspenso a veiculação da publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, e tomar todas as providências cabíveis para que não haja descumprimento da proibição legal.

Fundamentação: Lei nº 9.504/1997, art. 57-C.

16. A vedação do uso da marca do Governo do Estado e de seus programas se aplica às ações de divulgação nos sítios dos órgãos na internet?

Sim, a vedação do uso da marca aplica-se aos sítios oficiais na internet e a todas as demais propriedades digitais dos órgãos, como perfis em redes sociais, aplicativos móveis e dispositivos digitais disponibilizados a seus públicos de relacionamento. Dessa forma, os órgãos deverão, com antecedência, mandar retirar de suas propriedades digitais toda e qualquer menção à marca de governo.

Fundamentação: Lei nº 9.504/1997, art. 57-C.

17. Quais são as orientações relativas à atuação dos órgãos em seus perfis nas redes sociais?

No período eleitoral é vedada a inclusão de *posts* nos perfis dos órgãos em redes sociais vinculados à publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral. Ou seja, após o início do período eleitoral, não é permitida a divulgação de *post* cujo conteúdo esteja sujeito ao controle da legislação eleitoral.

Fundamentação: Lei nº 9.504/1997, art. 57-C.

18. Como proceder com os perfis de programas de governo?

Nos casos de perfis de programas de governo em redes sociais, os conteúdos das postagens deverão restringir-se à prestação de serviços ao cidadão, com caráter educativo, informativo ou de orientação social, observadas as vedações aos tipos de publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, acima descritas.

Fundamentação: Lei nº 9.504/1997, art. 57-C.

19. Qual a orientação para os perfis pessoais de autoridades governamentais?

Os conteúdos postados em perfis pessoais são da exclusiva responsabilidade da autoridade governamental. No entanto, o órgão poderá orientar servidores e autoridades para que não se utilizem dos seus perfis pessoais para divulgações institucionais, vedadas no período eleitoral.

Fundamentação: Lei nº 9.504/1997, art. 57-C.

20. Como proceder com as áreas de comentários nos sítios dos órgãos e nos seus perfis em redes sociais?

Por medida de cautela, as áreas para comentários e interatividade com o público nas propriedades digitais dos órgãos e entidades deverão ser suspensas durante o período eleitoral. Recomenda-se a divulgação de nota explicativa, com vistas a justificar a suspensão para a sociedade.

Essa suspensão não se aplica nos casos de grave e urgente necessidade pública, ou quando avaliada a impossibilidade ou inadequação da suspensão das áreas de interatividade pelo órgão ou entidade, que deverá intensificar os trabalhos de moderação e intervenção nos comentários, com vistas a inibir aqueles que firmam a legislação eleitoral e, conseqüentemente, causem responsabilização imputada pela Justiça Eleitoral.

MANUAL PARA ASSESSORES DE IMPRENSA E GESTORES DE REDES SOCIAIS EM RELAÇÃO AS CONDUTAS A SEREM OBSERVADA NO PERÍODO ELEITORAL

Nos perfis em que não seja possível a suspensão da área de comentários e interatividade, os integrantes do Estado deverão vedar a inclusão de postagens que contenham termos que possam caracterizar propaganda eleitoral, tais como a divulgação de nomes e números de candidatos, siglas e nomes de partidos políticos, slogans de campanhas partidárias, bem como de palavras-chave, tais como eleições, segundo turno ou outras nomenclaturas da espécie.

Fundamentação: Lei nº 9.504/1997, art. 57-C.

21. Quais são as recomendações para a moderação de comentários nos sítios dos órgãos e nos seus perfis em redes sociais?

Todos os comentários deverão ser cuidadosamente moderados, sendo excluídos aqueles de cunho eleitoral, eventualmente não filtrados pelos mecanismos automáticos de vedação. As diretrizes de moderação em período eleitoral deverão ser divulgadas pelos órgãos e entidades nos “termos de uso” da rede social ou por meio de nota explicativa.

Além dos mecanismos automáticos de vedação, os órgãos e entidades deverão intensificar os trabalhos de moderação e intervenção nos comentários incluídos nos seus perfis em redes sociais, com vistas a inibir postagens que firam a legislação eleitoral e, conseqüentemente, causem responsabilização imputada pela Justiça Eleitoral.

Fundamentação: Lei nº 9.504/1997, art. 57-C.

22. É permitida a divulgação de informações de interesse do cidadão, tais como informações relativas à inscrição em concursos públicos ou ao cadastramento vinculado a serviços oferecidos à sociedade, ou mesmo conteúdos didáticos e científicos durante o período eleitoral nos sítios dos órgãos na internet?

Sim, as ações que não possuem natureza publicitária estão permitidas durante o período eleitoral, pois esses conteúdos são estritamente informativos, de orientação ou de prestação de serviço ao cidadão.

No entanto, cuidados especiais devem ser adotados pelos órgãos nessas divulgações, tendo em vista que são vedados quaisquer sinais que possam constituir ação de publicidade objeto de controle da legislação eleitoral, inclusive a aplicação da marca do Governo Estadual em sua representação gráfica. Em casos de dúvidas, a consultoria jurídica do órgão deve ser ouvida.

23. Estão vedadas as ações de cunho noticioso nos sítios e perfis dos órgãos na internet?

Sim, durante o período eleitoral, fica suspensa a veiculação ou exibição de conteúdos noticiosos dos órgãos e entidades em suas propriedades digitais.

Também está vedada no período eleitoral a veiculação/exibição de discursos, entrevistas ou qualquer tipo de pronunciamento de autoridade que seja candidata a cargo político nas eleições.

Por fim, dada a suspensão da veiculação ou exibição de conteúdos noticiosos dos órgãos e entidades em suas propriedades digitais, esclarecemos que apenas é permitida a divulgação de conteúdos estritamente informativos de interesse do cidadão, de orientação ou de prestação de serviço, cuja divulgação seja imprescindível, cabendo ainda ao órgão zelar por aqueles, cuja natureza esteja alinhada, por analogia, à publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral.

24. Programas em redes sociais cujos conteúdos são informativos de interesse do cidadão estão vedados no período eleitoral?

Apenas é permitida a divulgação de informações de interesse do cidadão, já que tais ações não possuem natureza publicitária, pois são de conteúdo estritamente informativos, de orientação ou de prestação de serviço ao cidadão. Portanto, programas em redes sociais cujos conteúdos

MANUAL PARA ASSESSORES DE IMPRENSA E GESTORES DE REDES SOCIAIS EM RELAÇÃO AS CONDUTAS A SEREM OBSERVADA NO PERÍODO ELEITORAL

são informativos de interesse do cidadão estão permitidos em período eleitoral.

No entanto, cuidados especiais devem ser adotados pelos órgãos nessas divulgações, tendo em vista que são vedados quaisquer sinais que possam constituir ação de publicidade objeto de controle da legislação eleitoral, inclusive a aplicação da marca do Governo Estadual em sua representação gráfica. Em casos de dúvidas, a consultoria jurídica do órgão deve ser ouvida.

• **RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA NO PERÍODO ELEITORAL**

25. Existem vedações para as ações de relacionamento dos órgãos do Governo com a imprensa?

No âmbito das ações de relacionamento com a imprensa, os órgãos e entidades poderão disponibilizar *releases* a jornalistas, observadas, por analogia, as vedações de conteúdo dispostas para a publicidade em período eleitoral.

Os órgãos e entidades deverão evitar em seus *releases* conteúdos ou análises que envolvam emissão de juízo de valor referente a ações, políticas públicas e programas sociais, bem como comparações entre diferentes gestões de governo.

Os *releases* à imprensa deverão, preferencialmente, focar em informações vinculadas à prestação de serviços públicos.

26. Qual a diferença entre *releases* e conteúdos noticiosos?

Considera-se *releases* as informações e dados repassados pelo órgão aos jornalistas com o objetivo de subsidiar a imprensa na composição de notícias e conteúdos jornalísticos disponibilizados à sociedade.

Já os conteúdos noticiosos são matérias de autoria do próprio órgão, geralmente divulgados com destaque em suas propriedades digitais, como portais, perfis em redes sociais, dentre outros.

Recomenda-se que os *releases* tenham caráter estritamente informativo e de orientação para prestação de serviços ao cidadão, já que os conteúdos noticiosos publicados nos ambientes virtuais e encaminhados para imprensa estão vedados.

• **PARTICIPAÇÃO DE AUTORIDADES EM EVENTOS NO PERÍODO ELEITORAL**

27. É permitido o comparecimento de autoridades governamentais em eventos de inauguração de obras privadas?

Sim, o comparecimento de autoridade em eventos de inauguração de obras privadas não está abrangido pelas vedações da legislação eleitoral. Vedado é o comparecimento de qualquer autoridade, desde que seja candidata nas eleições, nas inaugurações de obras públicas no período eleitoral.

Fundamentação: Lei nº 9.504/1997, art. 77.

28. É vedada a participação de autoridades com cargos políticos que não sejam candidatos, em eventos oficiais, como convidados de honra com direito à palavra?

Não, a lei eleitoral veda o comparecimento de candidato a inaugurações de obras públicas, quando se inicia o período eleitoral. Portanto, é permitida a presença e a participação de agentes políticos que não sejam candidatos, desde que sua presença tenha pertinência com a temática do evento.

Fundamentação: Lei nº 9.504/1997, art. 77.

29. Os agentes públicos candidatos poderão participar de eventos de inaugurações de obras públicas?

Não, no período eleitoral é proibido o comparecimento de candidatos em eventos como a inauguração de obras públicas. Se o agente público não for candidato, não é aplicável a regra, contudo, a presença do agente público deve ter alguma relação de pertinência com o evento, não se admitindo desvio da finalidade pública de sua participação com a pretensão de se alcançar algum benefício eleitoral a candidato, sob pena de caracterizar abuso de poder político.

Fundamentação: Lei nº 9.504/1997, art. 77 e 73.

30. A presença de Secretários de Estado, não candidatos, em eventos de inauguração ou entregas de equipamentos configura propaganda vedada pela legislação eleitoral?

Não, a Lei 9.504/1997 veda o comparecimento apenas de candidato em inaugurações de obras públicas. Portanto, demais agentes públicos que não sejam candidatos podem comparecer e participar de atos oficiais. É importante, contudo, que as autoridades presentes tenham alguma relação de pertinência com o evento. Também não é vedado o dever de prestar contas sobre a obra inaugurada, observado o caráter informativo de sua atuação.

Dessa forma, se o Secretário não for candidato, não é aplicável a vedação. Importa lembrar que, com a edição da Lei nº 12.034/2009, a vedação passou a ser aplicável aos candidatos a qualquer cargo, e não mais apenas aos candidatos aos cargos do Poder Executivo.

No tocante à entrega de equipamentos, é preciso verificar o caso concreto. A lei eleitoral veda, no ano eleitoral, a distribuição gratuita de bens, valores ou benefícios.

Fundamentação: Lei nº 9.504/1997, art. 73, §10 e art. 77.

• **CONDUTAS VEDADAS AOS AGENTES PÚBLICOS NO PERÍODO ELEITORAL**

31. Há alguma restrição para o uso de e-mails oficiais pelos servidores públicos e agentes públicos em geral?

Sim, os e-mails oficiais devem ser utilizados estritamente para fins institucionais, não devendo ser utilizados para envio de mensagens pessoais, para divulgação de material de campanha eleitoral, ou para qualquer finalidade correlata.

32. Os agentes públicos podem usar ou repassar cartão de visita durante o período eleitoral?

Não há restrições quanto a usar ou repassar cartões de visitas no desempenho de suas funções públicas e institucionais, caso as reuniões tenham pertinência com as funções exercidas ou o agente público não seja candidato. Destaque-se que se trata aqui de procedimento de relacionamento público-social no âmbito do exercício de suas atribuições, sem qualquer característica de publicidade institucional.