

**GUIA DE
ORIENTAÇÕES
SOBRE A
COMUNICAÇÃO
DURANTE
O ANO ELEITORAL**



INTRODUÇÃO

Este guia foi criado para orientar e promover uma comunicação eficaz entre o Estado e a população, seguindo a legislação eleitoral vigente. As informações do presente guia complementam o Manual de Redes Sociais e Boas Práticas Digitais.

Serão apresentadas apenas as condutas vedadas de matéria da comunicação. As demais podem ser consultadas no Manual de Condutas Vedadas em ano eleitoral, elaborado pela Procuradoria-Geral do Estado do Paraná.¹ O guia levou em conta as normativas recentes acerca dos ilícitos eleitorais, conforme Resolução nº 23.735/2024 - Tribunal Superior Eleitoral.

A Lei Federal nº 9.504/1997 estabelece que as vedações se aplicam a todos os agentes públicos, ou seja, servidores públicos, estagiários, prestadores de serviços terceirizados ou qualquer pessoa que tenha relação com a Administração Pública Direta e Indireta, ainda que sem remuneração para tal.

Vale lembrar que há condutas vedadas que são direcionadas a todas as esferas de governo e outras apenas à circunscrição do pleito. Assim, ainda que as eleições de 2024 sejam municipais, as vedações, para além de se aplicarem aos agentes públicos municipais, têm impacto sobre os agentes públicos estaduais.

¹ Consultar a seguinte legislação: Lei Federal nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, com destaque para os arts. 36-B, 73 a 78; nº art. 22 da Lei Complementar Federal nº 64, de 18 de maio de 1990; e as proibições contidas na Lei de Responsabilidade Fiscal (Lei Complementar Federal nº 101, de 4 de maio de 2000).

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

A Constituição Federal define a necessidade de adoção de caráter educativo ou informativo da publicidade dos atos, serviços e campanhas dos órgãos públicos, a ser realizada de forma a não caracterizar promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

A vedação é aplicável continuamente, durante todos os anos, independentemente de ser ou não ano eleitoral, sob pena de configurar abuso de poder de autoridade.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL OFFLINE

Material publicitário veiculado em meio físico e emissoras de televisão e rádio.



PUBLICIDADE INSTITUCIONAL ONLINE

Material publicitário veiculado em mídias digitais, redes sociais e plataformas digitais.



Publicidade no período vedado

A Lei das Eleições (Lei Federal nº 9.504/1997), no art. 73, estabeleceu as condutas vedadas aos agentes públicos, objetivando prevenir atos que possam desequilibrar o pleito eleitoral.

Em regra geral, **a esfera de governo que está em disputa eleitoral no respectivo ano tem a vedação nos 3 (três) meses antes do dia da eleição**, ficando proibido autorizar publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos seus órgãos e das respectivas entidades da Administração Indireta. Apenas entidades da Administração Indireta que tenham como objeto produtos e serviços que possuam concorrência no mercado não estão afetadas por essa vedação sobre publicidade.

Nos demais casos, excepcionalmente, é admitida nos casos de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida previamente e especificamente pela Justiça Eleitoral.

Considerando que **esta vedação é aplicada apenas na circunscrição do pleito**, nas Eleições de 2024, afeta apenas o agente público municipal. **As demais esferas do Poder Executivo (estadual, distrital e federal) poderão realizar publicidade desde que não haja divulgação de atos que possam desequilibrar as eleições municipais, mantendo o caráter informativo e educativo da informação.** Por esse motivo, devem ser empregadas boas práticas de comunicação e, em caso de dúvidas, seguir o posicionamento mais conservador e, sempre que pertinente, requerer validação da assessoria técnica-jurídica respectiva.

Segundo a Resolução nº 23.735/2024, do Tribunal Superior Eleitoral, considera-se

publicidade institucional vedada a indicação de nomes, slogans, símbolos, expressões, imagens ou outros elementos que permitam identificar autoridades, governos ou administrações cujos cargos estejam em disputa na campanha eleitoral.

Desse modo, devem ser tomadas as providências para adequar o conteúdo de todos os canais oficiais.

PERÍODO DE PROIBIÇÃO

No ano de 2024, os três meses que antecedem o pleito, **inicia-se em 6 de julho** e se finaliza assim que for anunciado o resultado da eleição, em primeiro ou segundo turno.



NÃO PODE



Realização de publicidade institucional que desequilibre o pleito municipal com a utilização de slogans, símbolos e logotipos não definidos por legislação própria, que, no caso do Estado do Paraná, se trata do seu Manual de Marcas.



Uso de e-mails oficiais para divulgação de materiais de campanha eleitoral ou de finalidade correlata.



Uso de qualquer rede social para fins eleitorais em horário do expediente ou por meio dos equipamentos do Estado.



Realização de qualquer tipo de **propaganda política paga a ser veiculada no rádio e na televisão**.



Distribuição de materiais ou bens em decorrência de ações de comunicação (art. 73, § 10, da Lei Federal nº 9.504/1997).

Deve ser removido todo conteúdo que identifique autoridades e servidores que irão concorrer ao pleito eleitoral, ainda que anterior ao período de vedação.

JURISPRUDÊNCIA

O Tribunal Superior Eleitoral - TSE possui o entendimento de que não importa o resultado final das eleições, ou aspectos subjetivos, como culpa ou dolo, para que seja considerado abuso do poder político ou do uso indevido dos meios de comunicação social:

[...] A aferição do abuso do poder econômico, político ou do uso indevido dos meios de comunicação social independe do resultado do pleito, devendo ser aferida de acordo com a gravidade da situação revelada pela prova dos autos. [...] (TSE. Ac. de 7.2.2017 no RO nº 138069, rel. Min. Henrique Neves da Silva). Eleições 2020. [...] Conduta vedada a agente público. Publicidade institucional em período vedado. Art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/1997.

[...] Postagem de obras e serviços públicos. Rede social. Instagram. Outdoors. Símbolos e slogan da administração municipal. Ilícitude configurada. Ilícito de caráter objetivo. Viés eleitoral. Repercussão da conduta. Desnecessidade. [...] 5. Os efeitos decorrentes do cometimento da conduta vedada são automáticos, ante o caráter objetivo do ilícito, o qual prescinde da análise de pormenores circunstanciais que eventualmente possam estar atrelados à prática, tais como potencialidade lesiva e finalidade eleitoral. [...] (TSE. Ac. de 12.8.2021 no AgR-REsp-El nº 060030628, rel. Min. Edson Fachin);²

²Manual de condutas vedadas aos agentes públicos em ano eleitoral. Procuradoria-Geral do Estado do Paraná (2024).

Aumento de gastos com publicidade

É vedado o aumento de gastos com publicidade no primeiro semestre do ano de eleição. E, para que isso não ocorra, a legislação estabeleceu média eleitoral a ser respeitada por todos os órgãos e entidades da Administração Pública Direta e Indireta.

A vedação se aplica a todas as esferas de governo em anos de eleição e não apenas à circunscrição do pleito, ou seja, quem está em disputa eleitoral efetivamente.

O cálculo é realizado de maneira global. Conforme previsto no art. 73, inciso VII, da Lei das Eleições (Lei Federal nº 9.504/1997), os gastos não podem exceder 6 (seis) vezes a média mensal dos valores empenhados e não cancelados nos 3 (três) últimos anos que antecedem o pleito.

É a interpretação da Procuradoria-Geral do Estado do Paraná acerca do cálculo:

i) deve ser considerado o valor total da Administração Pública Direta e Indireta, incluindo as empresas estatais;

ii) para as empresas estatais, há que se observar também o art. 93, § 2º, da Lei Federal nº 13.303/2016, com três limites para o ano eleitoral, a saber, a) despesa geral com publicidade de que trata o inc. VII do art. 73 da Lei Eleitoral; b) percentual máximo de despesas com publicidade e patrocínio em relação à receita bruta da entidade; e c) o limite de gastos das estatais quando as eleições visarem ao preenchimento de cargos do ente federativo a que sejam vinculadas.³

Importante frisar que a Lei Federal nº 14.356/2022, que fez alteração na Lei das Eleições, mudou a forma de vedação quanto aos gastos com publicidade, que antes considerava a efetiva realização da despesa. Agora, fica proibido já a partir do **empenho** de despesas com publicidade no período e nos limites fixados em lei.

³Manual de condutas vedadas aos agentes públicos em ano eleitoral. Procuradoria-Geral do Estado do Paraná (2024).

PLACAS PUBLICITÁRIAS DE OBRAS



PERÍODO DE PROIBIÇÃO

É necessário ocultar das placas técnicas com adesivos os símbolos que fazem referência à logomarca identificadora de gestão municipal.

Inicia-se em 6 de julho e termina assim que for anunciado o resultado da eleição, em primeiro ou segundo turno.

[...] Conduta vedada. Art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/97. Publicidade institucional. Período vedado. Uso de logomarca do gestor em bens públicos. [...] o agravante, candidato à reeleição no pleito de 2020, exibiu material publicitário com a logomarca identificadora de sua gestão no Poder Executivo em veículos oficiais, em placas de obras de engenharia e em alguns prédios públicos nos três meses que antecederam o pleito. 6. A respeito do conteúdo do material publicitário, a Corte a quo assentou que 'não se trata de uso do brasão do município, mas da logomarca que identificava a gestão dos representados e ora recorridos'. [...]” (Ac. de 28.4.2022 no AgRAREspE nº 060048137, rel. Min. Benedito Gonçalves)⁴

Segundo o TSE:

“Configura propaganda institucional vedada a manutenção de placas de obras públicas colocadas anteriormente ao período previsto no art. 73, VI, b, da Lei das Eleições, quando delas constar expressões que possam identificar autoridade, servidores ou administrações cujos cargos estejam em disputa na campanha eleitoral.” (TSE, ED-ED-AgR-AI nº 10.783, Acórdão de 15/4/2010, relator ministro Marcelo Henriques Ribeiro de Oliveira. “É vedada a permanência de placas identificadoras de obras públicas e com conteúdo promocional do governo concorrente ao pleito, ainda que confeccionadas pela iniciativa privada.” (Recurso Especial Eleitoral nº 59297, Relator(a) Min. Luciana Christina Guimarães Lóssio, Acórdão de 9/12/2015)⁵

⁴Manual de condutas vedadas aos agentes públicos em ano eleitoral. Procuradoria-Geral do Estado do Paraná (2024).

⁵Manual de condutas vedadas aos agentes públicos em ano eleitoral. Procuradoria-Geral do Estado do Paraná (2024).

REDES SOCIAIS INSTITUCIONAIS

Durante o período de eleição municipal, as redes sociais oficiais do governo estadual estão sujeitas a diversas restrições para garantir a imparcialidade e evitar o uso da máquina pública em benefício de candidatos específicos. Essas regras são estabelecidas pela legislação eleitoral brasileira, principalmente pela Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições) e pelas resoluções e jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). As principais ações proibidas incluem:



Propaganda eleitoral: é vedada a veiculação de todo tipo de propaganda eleitoral nas redes sociais oficiais do governo estadual, de órgãos ou de entidades da Administração Pública Direta ou Indireta. Isso inclui posts, comentários, compartilhamentos ou qualquer outra forma de apoio explícito ou implícito a candidatos, partidos políticos ou coligações.

.....



Postagens de realizações governamentais: é vedada, por parte do Estado, a divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas das esferas em disputa eleitoral sem possuir caráter estritamente informativo e educativo em prol da população, sempre sem a identificação de símbolos ou cores que possam identificar gestão e caracterização de promoção de agentes públicos.

.....



Interação com candidatos: não se deve interagir com perfis de candidatos, seja por meio de curtidas, comentários, compartilhamentos ou menções. Além disso, não postar conteúdo que identifique autoridades e servidores que irão concorrer ao pleito eleitoral, ainda que o conteúdo tenha sido produzido em período anterior ao de vedação.

.....



Marcações, menções e colaborações: é proibido marcar, mencionar ou realizar colaborações (*collabs*) com órgãos e entes municipais, bem como agentes políticos (prefeito[a] e vereador[a]), em qualquer publicação nas redes sociais oficiais do governo estadual, durante o período eleitoral. Isso inclui toda forma de referência que possa ser interpretada como apoio ou promoção.

REFERÊNCIAS



Lei Federal nº 9.504, de 30 de setembro de 1997



Lei Complementar Federal nº 64, de 18 de maio de 1990



Lei de Responsabilidade Fiscal
(Lei Complementar Federal nº 101, de 4 de maio de 2000)



Manual de condutas vedadas aos agentes públicos em ano eleitoral. Procuradoria-Geral do Estado do Paraná (2024)



Resolução nº 23.735/2024 - Tribunal Superior Eleitoral

