



Legislação Eleitoral nas Comunicações

RESTRIÇÕES E RECOMENDAÇÕES



Disciplinar a publicidade e comunicações realizadas pelo órgãos e entidades em período eleitoral

- Ofício SECOM 257/2022 - orientações aos órgãos membros do sistema de comunicação (SICOM) a cumprirem suas recomendações.
- As orientações compreendem todas as comunicações do MEC, devendo serem implantadas até o dia 30 de junho.
- Período eleitoral: 2 de julho até possivelmente 30 de outubro

Orientação para as comunicações

- A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas de órgãos públicos **deverá** ter caráter:

EDUCATIVO, INFORMATIVO E COM ORIENTAÇÃO SOCIAL

- **Não podendo** constar **nomes, símbolos ou imagens** que **caracterizem promoção pessoal** de autoridades ou servidores públicos.

Orientação para as comunicações

Novas publicações devem obedecer a legislação do período e **publicações anteriores** devem ser ocultadas ou retiradas.

- ✓ Em decisões recentes, o TSE tem se posicionado no sentido de que a permanência da publicidade institucional durante o período de defeso é insuficiente para configurar a conduta vedada no art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/97, **sendo irrelevante que a peça publicitária tenha sido autorizada e afixada em momento anterior.**
- ✓ Considera-se **publicidade institucional toda postagem, vídeos, filmes, vinhetas, marcas, slogans e qualquer conteúdo de natureza similar, contratados ou orgânicos**, destinados a informar a sociedade a realização de atos, programas, obras e serviços de caráter estritamente educativo, informativo ou de orientação social.

Orientação para as comunicações

- ✓ Órgãos ou entidades deverão, antes do início do período de defeso, retirar de suas propriedades digitais toda e qualquer publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, tais como: filmes, vinhetas, anúncios, painéis, banners, posts, marcas, slogans e qualquer conteúdo de natureza similar.
- ✓ Essa orientação vale também para a publicidade do órgão ou entidade em propriedades digitais de terceiros, em decorrência de termos de contrato, convênios ou ajustes similares.
- ✓ Cabe ao órgão ou entidade guardar comprovação inequívoca de que solicitou tal providencia e manter registros claros de que a publicidade sujeita ao controle da justiça eleitoral foi veiculada, exibida ou exposta antes do período eleitoral.

Revisão em todos produtos de comunicação da ACS/MEC

- ✓ Matérias e reportagens (vídeo ou texto)
- ✓ Releases e avisos de pauta.
- ✓ Redes sociais (posts, vídeos etc).
- ✓ Campanhas publicitárias
- ✓ Endomarketing (comunicação Interna)
- ✓ Site institucional e o Intramec
- ✓ Identidades visuais
- ✓ Entrevistas e relacionamento com a imprensa
- ✓ Apoio com design para eventos.

Orientação para as comunicações

Conteúdos do site, com potencial de ferir a legislação, devem ser ocultados ou removidos inicialmente e ajustados para retornar seguindo as normas vigentes

- ✓ As paginas dos órgãos ou entidades públicos em propriedades digitais não devem ser retirados do ar, entretanto, os integrantes do SICOM deverão até, o dia 1º de julho de 2022, retirar de suas propriedades digitais toda e qualquer publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral.
A mesma regra se aplica a toda publicidade exposta em propriedades digitais de terceiros por força de contratos, convênios e termos similares.
- ✓ Os cuidados devem abranger os links disponibilizados nas propriedades digitais.
- ✓ A Plataforma GOV.BR, sites e portais institucionais deverão ter seus conteúdos revisados e reformulados, devendo conter apenas dados e informações em caráter noticioso, de forma impessoal e informativa.
- ✓ A Plataforma GOV.BR deverá ser colocada na cor preta, monocromática.

Orientação para as comunicações

As instituições devem criar novos perfis para suas **redes sociais** no período eleitoral, **suspendendo temporariamente os oficiais**. Também é **orientado a suspensão de comentários** dos cidadãos.

- ✓ Com relação as redes sociais (exemplo Twitter e Instagram), orienta-se o bloqueio de comentários e sugere-se a desativação do perfil vigente e a criação de um novo perfil a ser utilizado durante o período defeso, desativando temporariamente o antigo perfil.
- ✓ O objetivo é evitar que publicações antigas possam ser questionadas pelo TSE, fato já registrado anteriormente.

Orientação para as comunicações

As comunicações não devem parar, apenas serem ajustadas.

- ✓ Conforme disciplinado no art. 34 da Instrução Normativa da SECOM de 2018, podem ser divulgados ou exibidos posts durante o período eleitoral, desde que não se enquadrem como publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral.
- ✓ Neste caso é importante observar o princípio da impessoalidade previsto no artigo 37, §1º, da Constituição Federal, além de não veicular qualquer ação de comunicação que contenha teor eleitoral ou que possa ser configurado como tal.
- ✓ Durante o período de defeso é permitida apenas a divulgação de informações de interesse do cidadão, por não possuírem natureza publicitaria e serem de conteúdo apenas informativo, de orientação ou prestação de serviço ao cidadão.
- ✓ A divulgação em sites e redes sociais deve ter por finalidade exclusiva, levar informação ao cidadão que seja explicativa ou relevante em data ou período específico de tempo, como por exemplo o período de inscrição do ENEM.

Porta voz, Agente público

- Impessoalidade, sem aspas
- Sem entrevistas pessoais, apenas por escrito
- Apenas descrição dos fatos
- Redes pessoais sem publicidade às ações do Governo
- Atenção as reuniões que podem estar sendo gravadas

Marcas e assinatura

- Não pode usar marcas do governo apenas símbolos nacionais
- Podem marcas como SUS, CEF, CAPES, FNDE, sem slogans
- Marcas e programas apenas de Estado, que perpassam governos, como ENEM, FIES
- Ministérios devem ter outra descrição tipográfica e aplicação com Bandeira nacional (temos o modelo)
- Uso de brasão da Republica no lugar da marca do Governo

Noticias

- Sem citação ou exaltação ao Governo
- Citar Ministério ou Secretarias apenas quando essencial, na duvida **evitar**
- Caráter noticioso. Informativo, apenas descrição dos fatos
- Sem destacar benefícios ou juízo de valor
- Apenas utilidade publica, serviços para o cidadão

Redes sociais

- Interação com usuário apenas pela ouvidoria
- Postagens anteriores devem ser retiradas ou ocultas
- Fotos de fatos, não de pessoas ou programas, sem retratar seus benefícios
- Webinar técnico, sem opiniões, apenas informativo

Eventos

- Sem discursos ou sem citar impactos históricos
- Sem exibição de vídeos institucionais
- Fotos representativas da ação e não das autoridades
- Sem distribuição de brindes
- Depoimentos restritos aos fatos
- Peças de divulgação informativas sem marcas proibidas e dentro das restrições

Responsabilidades

- Multas e processos
- Responsável pela comunicação
- Dirigente do órgão
- SECOM/PR
- PR
- **Declaração de ciência a SECOM nos casos que fogem as orientações**

FAQ

A suspensão do uso da marca do Governo Federal se estende às marcas dos órgãos e das entidades?

Sim. A fim de viabilizar a veiculação da publicidade de utilidade pública no período eleitoral, reconhecida como de grave e urgente necessidade, as decisões do TSE trouxeram a ressalva de não se fazer referência a Governo Federal, nos termos do art. 37, §1º, da Constituição Federal e de que não constem nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

FAQ

A suspensão do uso da marca do Governo Federal 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 e, 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, como, por exemplo: **Capes, Inep, FNDE**, que podem ser utilizadas para identificar/sinalizar pontos de atendimento ou para orientar o cidadão quanto aos serviços prestados, **preservado o caráter educativo e informativo da divulgação**. **Importante frisar que não há qualquer recomendação para se alterar o nome pelo qual os Programas de Políticas Públicas são conhecidos pela população.**

FAQ

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 de publicidade institucional, vedadas no período eleitoral.

Assim, cabe à autoridade zelar pelos conteúdos divulgados em suas propriedades digitais e tomar todas as providências cabíveis para que não haja descumprimento da proibição legal.

Mais informações sobre as condutas vedadas aos agentes públicos e eventuais ilicitudes eleitorais podem ser obtidas tendo por referência a Lei das Eleições nº 9.504/1997 e, ainda:

- [Resolução nº 23.610/2019 do TSE;](#)
- [Instrução Normativa SECOM/SG-PR nº 1, de 11 de abril de 2018;](#)
- [Cartilha de Condutas Vedadas aos Agentes Públicos em Eleições 2022, da Advocacia-Geral da União – AGU;](#)
- [Resolução nº 7/2002, da Comissão de Ética Pública;](#)

FAQ

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

Não é atribuição da SECOM se manifestar sobre esse conteúdo, nos limites de sua competência estabelecidas no Decreto nº 6.555/2008 e no Decreto nº 10.747/2021.

Mais informações sobre as condutas vedadas aos agentes públicos e eventuais ilicitudes eleitorais podem ser obtidas tendo por referência a Lei das Eleições nº 9.504/1997 e, ainda:

- [Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019 do TSE;](#)
- [IN/SECOM/SG-PR nº 1, de 11 de abril de 2018;](#)
- [Cartilha de Condutas Vedadas aos Agentes Públicos em Eleições 2022, da Advocacia-Geral da União – AGU;](#) e
- [Resolução nº 7, de 14 de fevereiro de 2002,](#) da Comissão de Ética Pública.

Cronograma

- Dia 27 – Início das ocultações de material jornalístico do site do MEC. (Futura adaptação)
- Dia 27 – Criação de novas redes sociais para MEC a serem utilizadas no período eleitoral.
- Dia 28 – Início das alterações de endomarketing (comunicação interna).
- Dia 28 – Prazo para a definição do qual programa deverá ter sua identidade ocultada.
- Dia 29 – Início da ocultação/adaptação de páginas de programas.
- Dia 30 – Encerramento das ocultações de conteúdo jornalístico do site.
- Dia 30 – Suspensão (temporária) das redes sociais do MEC e ativação das secundárias.
- Dia 30 – Ajustes no site do MEC para atender orientações da SECOM.
- Dia 30 – Apresentação do resultado À SE/GM para validação e ajustes.
- Dia 1 – Fim da ocultação/adaptação de páginas de programas.
- Dia 1 – Equipe da ACS fará pente fino nas páginas para confirmar se todas alterações foram feitas.
- Dia 1 – Informar a SECOM que as orientações foram realizadas.

MINISTÉRIO DA
EDUCAÇÃO



PÁTRIA AMADA
BRASIL
GOVERNO FEDERAL