

PUBLICIDADE  
INSTITUCIONAL  
X  
LEI ELEITORAL



# PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

PROPAGANDA VEICULADA  
PELA INSTITUIÇÃO PÚBLICA COM A  
FINALIDADE DE LEVAR INFORMAÇÕES  
DE CARÁTER EDUCATIVO,  
INFORMATIVO OU DE ORIENTAÇÃO  
SOCIAL DO ÓRGÃO PÚBLICO

L – Legalidade  
I – Impessoalidade  
M – Moralidade  
P – Publicidade  
E – Eficiência

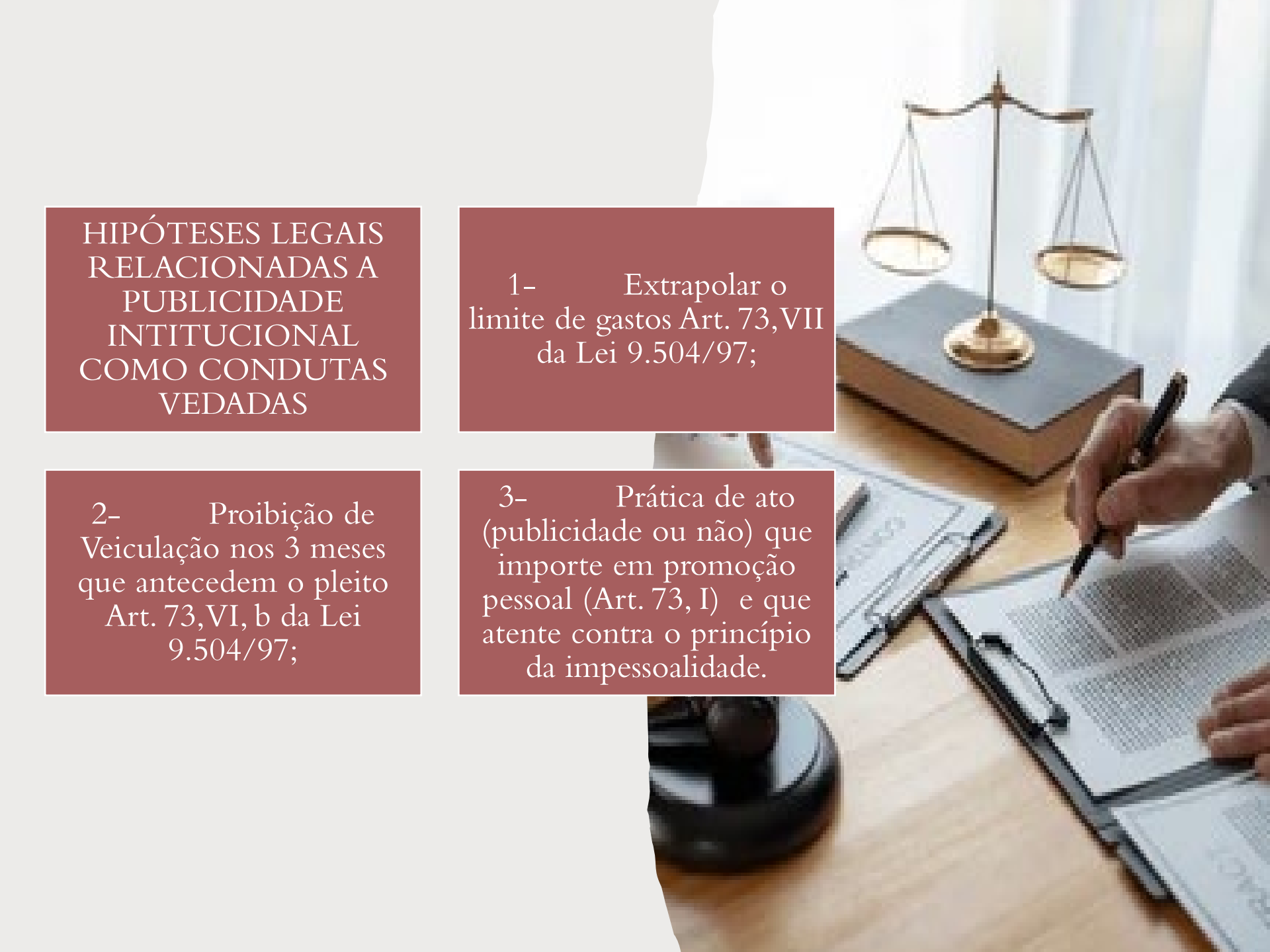


## ART. 37 - CF

§ 1º A PUBLICIDADE DOS ATOS, PROGRAMAS, OBRAS, SERVIÇOS E CAMPANHAS DOS ÓRGÃOS PÚBLICOS DEVERÁ TER CARÁTER EDUCATIVO, INFORMATIVO OU DE ORIENTAÇÃO SOCIAL, DELA NÃO PODENDO CONSTAR NOMES, SÍMBOLOS OU IMAGENS QUE CARACTERIZEM PROMOÇÃO PESSOAL DE AUTORIDADES OU SERVIDORES PÚBLICOS.

(CARÁTER EDUCATIVO,  
INFORMATIVO OU DE ORIENTAÇÃO  
SOCIAL)





HIPÓTESES LEGAIS  
RELACIONADAS A  
PUBLICIDADE  
INTITUCIONAL  
COMO CONDUTAS  
VEDADAS

1- Extrapolar o limite de gastos Art. 73, VII da Lei 9.504/97;

2- Proibição de Veiculação nos 3 meses que antecedem o pleito Art. 73, VI, b da Lei 9.504/97;

3- Prática de ato (publicidade ou não) que importe em promoção pessoal (Art. 73, I) e que atente contra o princípio da impessoalidade.

# PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

VII - empenhar, no primeiro semestre do ano de eleição, despesas com publicidade dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, que excedam a 6 (seis) vezes a média mensal dos valores empenhados e não cancelados nos 3 (três) últimos anos que antecedem o pleito;

Para efeito de cálculo da média prevista no inciso VII, os gastos serão reajustados pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo IPCA/IBGE ou outro índice que venha a substituí-lo, a partir da data em que foram empenhados.”



Cuidados a serem adotados pela equipe de comunicação:

Retirada de toda a publicidade institucional nos 3 meses que antecedem o pleito.

### Maiores riscos

- Placas em locais de grande visibilidade
- Revistas de prestações de contas
- Enaltecimento da administração e veiculação de slogans



Art. 22. Qualquer partido político, coligação, candidato ou Ministério Público Eleitoral poderá representar à Justiça Eleitoral, diretamente ao Corregedor-Geral ou Regional, relatando fatos e indicando provas, indícios e circunstâncias e pedir abertura de investigação judicial para apurar uso indevido, desvio ou abuso do poder econômico ou do poder de autoridade, ou utilização indevida de veículos ou meios de comunicação social, em benefício de candidato ou de partido político.







Aspectos da propaganda que podem ensejar processo por abuso de poder:

- Confusão entre a publicidade institucional e promoção pessoal do gestor;
- Utilização de símbolos e slogans da administração;
- Utilização de recursos públicos na elaboração da propaganda (fotos, pessoal, equipe de produção);
- Concentração de publicidade em áreas de maior vulnerabilidade social

RECURSO. ELEIÇÕES 2020. REPRESENTAÇÃO. CANDIDATOS REELEITOS. PREFEITO E VICE-PREFEITO. CONDOTA VEDADA. DIVULGAÇÃO DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL EM PERÍODO VEDADO. TRÊS MESES ANTERIORES À ELEIÇÃO. DIVULGAÇÃO DE MENSAGEM E VÍDEO EM REDES SOCIAIS DE OBRA REALIZADA PELO GOVERNO MUNICIPAL. PÁGINA OFICIAL DA PREFEITURA. **PERMANENTEMENTE VISÍVEL**. ART. 73 DA LEI 9.504/97. ILÍCITO DE CARÁTER OBJETIVO. RESPONSABILIDADE DO CHEFE DO EXECUTIVO. SANCIONAMENTO. APLICÁVEL AOS AGENTES PÚBLICOS RESPONSÁVEIS E AOS CANDIDATOS BENEFICIADOS. PRINCÍPIO DA PROPORCIONALIDADE. PENA EXCLUSIVAMENTE DE MULTA. SANÇÃO INDIVIDUALIZADA. DESPROVIMENTO.

2. A conduta descrita na inicial corresponde à vedação contida no art. 73, inc. IV, al. "b", da Lei n. 9.504/97, por considerar que a existência e distribuição do material publicitário confeccionado pela municipalidade, disponível à população nos órgãos da administração durante os três meses que antecederam o pleito, mesmo em pequena quantidade, caracteriza conduta vedada. **Na espécie, o material impresso foi apreendido pelo oficial de justiça em repartições municipais no dia 07.10.2020, portanto, dentro do período vedado iniciado em 15.08.2020,** conforme disposto na Resolução TSE n. 23.627/20, que instituiu o Calendário Eleitoral das Eleições 2020, em conformidade com a Emenda Constitucional n. 107/20, que adiou, em razão da pandemia da Covid-19, as eleições municipais de outubro de 2020 e os prazos eleitorais respectivos. Embora a irregularidade da conduta, ausentes elementos aptos a configurar o abuso de poder político.

3. A Corte Superior assentou entendimento de que a permanência de propaganda institucional durante o período vedado é suficiente para que se aplique a multa do art. 73, § 4º, da Lei n. 9.504/97, **sendo irrelevante que a peça publicitária tenha sido autorizada e afixada em momento anterior.** Ademais, evidente não incidir qualquer das exceções à vedação, quais sejam, tratar-se de propaganda de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado ou de situação de grave e urgente necessidade pública reconhecida pela Justiça Eleitoral. A existência de impressos exaltando obras e a atuação de gestores, à disposição do público em órgãos da administração, ainda que o material lá estivesse por descuido dos servidores e no contexto da pandemia, constituiu propaganda institucional em período vedado, o que atrai o sancionamento, em face do disposto na al. "b" do inc. VI do art. 73 da Lei das Eleições.



**CUIDADO**  
**OBRAS**

[...] Governador. [...] Conduta vedada. Publicidade institucional. Art. 73, VI, b, da Lei 9.504/97. Placas em obras públicas. [...] 3. Esta Corte já decidiu, em caso similar, que a presença de termos como **'mais uma obra do governo'** em placas é o bastante para caracterizar a publicidade institucional vedada [...] 4. A teor da moldura fática do aresto a quo, as quatro placas de obras públicas na sede da Central de Abastecimento do Paraná S.A. (CEASA/PR), nos três meses que antecederam o pleito, continham não apenas dados técnicos como também as expressões 'mais uma obra'; 'Paraná Governo do Estado', a bandeira do Estado e o respectivo brasão, o que configura conduta vedada e, por conseguinte, autoriza impor multa. [...]"

Nos 3 meses que antecedem o pleito qualquer publicação deve ser precedida de autorização da Justiça Eleitoral



A top-down view of several hands reaching towards a collection of colorful plastic gears (yellow, pink, blue, orange, red, purple, green) on a dark grey surface. The hands are positioned around the gears, suggesting a collaborative activity or a metaphor for teamwork and interconnectedness.

# Importante

## PUBLICAÇÃO COLABORATIVA EM REDES SOCIAIS (COLLAB)

Vários Tribunais já se posicionaram no sentido de que postagens colaborativas nos sites de órgãos públicos e gestores, ferem o princípio da impessoalidade e podem acarretar investigação por abuso dos meios de comunicação. O Caso mais recente foi do Tribunal de Contas do Estado do Espírito Santo multou um prefeito em virtude deste tipo de publicação entendendo que houve confusão entre o Poder Público e a figura pessoal do gestor gerando assim promoção pessoal com recursos públicos.

De qualquer forma, a publicação colaborativa, pode ser tratada como conduta vedada, seja pelo bem ou serviço público, seja pela impessoalidade.

**MUITO OBRIGADO!**

Lieverson Luiz Perin

Especialista em Direito Eleitoral

Fone: 51 99323 6211

E-mail: [lieverson@terra.com.br](mailto:lieverson@terra.com.br)

