

ORIENTAÇÃO PREVENTIVA

Áreas de Interesse: Gabinete, Imprensa, Compras, Finanças, Contabilidade e Controle Interno.

Assunto: Publicidade institucional nos três meses que antecedem o pleito. Orientações gerais sobre a gestão do Site e das redes oficiais.

A **GEPAM** elabora a presente Orientação Preventiva com o intuito de alertar e recomendar aos gestores municipais quanto à necessidade de observância as vedações de publicidades institucionais em ano eleitoral nos sites oficiais e redes sociais dos municípios.

Inicialmente, se aproximando da data marcada para a realização das eleições [15 de novembro de 2020] surgem muitas dúvidas relacionadas à utilização dos Sites e redes sociais oficiais dos municípios - que estão servindo de plataforma para auxílio nas atividades remotas dos alunos que cumprem o isolamento, de mural informativo sobre o fornecimento de kits de alimentação aos pais/responsáveis dos alunos, de informações sobre o contágio no município, de informativo sobre o funcionamento de serviços de atendimento ao público, de espaço para apresentação de ações voltadas ao enfrentamento da Covid-19, como meio de atualização constante dos números locais da doença, dentre outras atividades – por conta das vedações eleitorais, especialmente a vedação publicidade institucional nos três meses que antecedem ao pleito. A ideia deste material é guiar os municípios no cumprimento das vedações eleitorais e auxiliá-los na elaboração de conteúdos permitidos.

O Princípio da Publicidade está elencado, assim como o Princípio da Impessoalidade, no rol de princípios administrativos do *caput* do **artigo 37 da Constituição Federal de 1988**. E o §1º¹ do mesmo **artigo [37]**, trata sobre a impessoalidade na publicidade institucional.

Segundo **José Jairo Gomes**²:

“A publicidade institucional deve ser realizada para divulgar de maneira honesta, verídica e objetiva os atos e feitos da Administração, sempre se tendo em foco o dever de bem informar a população.[...]”

A vedação de publicidade institucional nos três meses que antecedem o pleito

¹ **Art. 37.** A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte:

[...]

§ 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

² **GOMES, José Jairo.** Direito eleitoral / José Jairo Gomes – 14. ed. rev., atual. e ampl. – São Paulo: Atlas, 2018. p 483.

A compreensão da matéria passa pelas leituras do **inciso VI, alínea “b” do artigo 73 da Lei Federal nº 9.504/97**:

Art. 73. São proibidas aos agentes públicos, servidores ou não, as seguintes condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos nos pleitos eleitorais:

[...]

VI - nos três meses que antecedem o pleito:

[...]

b) 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 federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral;

O **Tribunal Superior Eleitoral – TSE** já decidiu que a proibição de publicidade institucional alcança também os veículos oficiais dos órgãos públicos nas redes sociais, conforme o pode-se observar no precedente abaixo:

AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL ELEITORAL. ELEIÇÕES 2014. GOVERNADOR. REPRESENTAÇÃO. CONDUTA VEDADA AOS AGENTES PÚBLICOS. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL. ART. 73, VI, B, DA LEI Nº 9.504/97. CONFIGURAÇÃO. MULTA. DESPROVIMENTO.

1. O recurso cabível no caso é o especial, pois na inicial pugnou-se apenas pela imposição de multa aos agravantes.
2. A decretação de nulidade de ato processual sob a alegação de cerceamento de defesa pressupõe a efetiva demonstração de prejuízo (art. 219 do Código Eleitoral). No caso, a despeito da adoção do rito do art. 96 da Lei nº 9.504/97 em detrimento do previsto no art. 22 da LC nº 64/90, a matéria versada é exclusiva de direito, sendo irrelevante para o deslinde da controvérsia a produção de outras provas.
3. A conduta vedada do art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/97 - proibição de publicidade institucional nos três meses que antecedem a eleição - possui natureza objetiva e configura-se independentemente do momento em que autorizada a publicidade, bastando a sua manutenção no período vedado. Precedentes.
4. **O fato de a publicidade ter sido veiculada na página oficial do Governo do Paraná no facebook, rede social de cadastro e acesso gratuito, não afasta a ilicitude da conduta.**
5. Manutenção da multa imposta no mínimo legal a cada um dos agravantes.

[destacamos]

O TSE³ também pacificou o entendimento de que a publicação de atos estritamente oficiais, em observância ao princípio da publicidade, não está abarcada pela vedação de publicidade institucional nos três meses que antecedem o pleito imposta pela Lei Eleitoral.

As proibições estabelecidas pela Lei Eleitoral buscam a manutenção da disputa equilibrada, logo, atos que, *a priori*, sejam permitidos, mas, em dadas situações, ocasionem desequilíbrios ao pleito, também poderão ensejar punições. A publicidade institucional - aquela permitida em ano eleitoral até os três meses antecedentes ao pleito - deve ater-se ao caráter informativo/orientativo/educacional, respeitando aos princípios norteadores dos atos da Administração Pública [**artigo 37 da Constituição Federal de 1988**], em especial, os da impessoalidade, da publicidade e da moralidade. Mas até mesmo ela - a publicidade institucional - como visto, é vedada contados três meses para a data das eleições. Sobre a vedação da publicidade institucional, **Jose Jairo Gomes**⁴ comenta:

“Assim, conquanto não seja proibida a manutenção de página institucional durante o período eleitoral, nela não pode ser veiculada “propaganda institucional” (TSE – AgR-REspe nº 33.746/PR – DJe 24-2-2014) nem qualquer comunicação de teor eleitoral.

É comum que tais páginas contenham um portal de notícias, no qual são reproduzidas matérias veiculadas na mídia em geral. No período eleitoral, eventualmente pode ocorrer a divulgação de fatos e repetição de notícias alusivas ao dirigente da entidade ou do órgão público a que pertence o site e que esteja disputando o pleito. Haveria nisso propaganda eleitoral, ainda que subliminar? Não se pode olvidar que, em geral, os portais apenas reproduzem notícias que já saíram em outros veículos de comunicação social. De qualquer forma, é difícil responder a essa questão a priori. Somente as circunstâncias do evento, o momento, o volume e as características das comunicações efetuadas poderão indicar a ocorrência de disfarçada propaganda eleitoral ilícita e, por conseguinte, de abuso de poder político.”

As eleições municipais de 2020

Acontece que, neste ano [2020], abrigador de eleições municipais, a doença Covid-19 [SARS-CoV-2] se espalhou e afetou/afeta todo o Planeta, ao ponto do Congresso Nacional Brasileiro reconhecer o estado de calamidade pública através do **Decreto Legislativo nº 06/2020**, levando o Governo Federal à promulgar a **Lei Federal nº 13.979/2020**⁵, dentre outras normais, como medidas provisórias, atos e orientações, além de os Governos Estaduais e Municipais regularem as ações de fechamento comercial, serviços essenciais, uso obrigatório de máscaras e outras medidas de enfrentamento ao coronavírus.

³ Ac. de 7.11.2006 no AgRgREspe nº 25748, rel. Min. Caputo Bastos.

⁴ **GOMES**, José Jairo. Direito eleitoral / José Jairo Gomes – 14. ed. rev., atual. e ampl. – São Paulo: Atlas, 2018. p 480.

⁵ "Dispõe sobre as medidas para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus responsável pelo surto de 2019."

Nesse cenário, que exigiu – e vem exigindo - profundas alterações nas rotinas administrativas e em toda a legislação, entendeu-se, também, a necessidade de readequação dos prazos eleitorais. Parte destas alterações foi consumada na **Emenda Constitucional nº 107/2020⁶**. Segundo o **artigo 1º da Emenda Constitucional nº 107/2020**, as eleições municipais de 2020, peculiarmente e em razão da COVID-19, ocorrerão no dia 15 de novembro de 2020. A **EC nº 107/20**, publicada no dia 02 de julho de 2020, ainda dispõe no **§2º do artigo 1º** que os prazos não vencidos até a sua publicação, que se referenciem na data de votação, obedecerão aos novos prazos. Portanto, a regra do **inciso VI, alínea “b” do artigo 73 da Lei Federal nº 9.504/97**, vigorará com base na nova data para o pleito eleitoral, ou seja, a **partir do dia 15 de agosto**, estarão proibidas as publicidades institucionais, com ressalvas.

Sensíveis à Situação de Emergência de Saúde Pública e ao Estado Nacional de Calamidade, os legisladores fizeram constar **no inciso VIII, do parágrafo 3º, artigo 1º** da recente **Emenda Constitucional nº 107/2020**, autorização legal para a realização de publicidade institucional voltada ao enfrentamento da pandemia da COVID-19:

“Art. 1º As eleições municipais previstas para outubro de 2020 realizar-se-ão no dia 15 de novembro, em primeiro turno, e no dia 29 de novembro de 2020, em segundo turno, onde houver, observado o disposto no § 4º deste artigo.

§ 3º Nas eleições de que trata este artigo serão observadas as seguintes disposições:

[...]

VIII - no segundo semestre de 2020, poderá ser realizada a **publicidade institucional de atos e campanhas dos órgãos públicos municipais** e de suas respectivas entidades da administração indireta **destinados ao enfrentamento à pandemia da Covid-19 e à orientação da população quanto a serviços públicos e a outros temas afetados pela pandemia**, resguardada a possibilidade de apuração de eventual conduta abusiva nos termos do art. 22 da Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990” [destacamos].

Com base no texto da **Emenda Constitucional nº 107/2020**, que estabeleceu um regime diferenciado às eleições municipais deste ano e no **Decreto-Legislativo nº 06/2020**, que reconheceu o estado nacional de calamidade pública, é possível a manutenção das atividades dos sites e dos perfis oficiais em redes sociais, desde que o conteúdo seja voltado a prestação de serviços/atividades afetadas pela Covid-19 ou ao enfrentamento a Emergência de Saúde Pública. A própria Justiça Eleitoral deverá se ater a essa situação excepcional, e ao regime legal imposto a ela. E isso pode ser observado no **Calendário Eleitoral de 2020⁷** do **TSE**, que relaciona as publicidades destinadas ao enfrentamento à pandemia da Covid-19 e à orientação da população quanto aos serviços públicos e a outros temas afetados pela pandemia, como exceção às vedações eleitorais no período de 03 meses antecedentes ao

⁶ Adia, em razão da pandemia da Covid-19, as eleições municipais de outubro de 2020 e os prazos eleitorais respectivos

⁷ http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/arquivos/tse-novas-datas-do-calendario-eleitoral-2020-em-03-07-2020/rybena_pdf?file=http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/arquivos/tse-novas-datas-do-calendario-eleitoral-2020-em-03-07-2020/at_download/file

pleito, como previsto no inciso VIII, do parágrafo 3º, artigo 1º da recente Emenda Constitucional nº 107/2020.

Apesar das novas exceções provocadas pela Covid-19, é extremamente válido se valer das orientações já sedimentadas em outras eleições, ainda que de outras esferas, filtrando por analogia, todas as sugestões que possam auxiliar os Gestores a compreender melhor as permissões e vedações.

A Cartilha de Condutas Vedadas aos Agentes Públicos Federais da AGU⁸, 7ª edição, ano de 2020⁹, é um exemplo disso, traça importantes orientações que podem ser adotadas – por analogia – pelos municípios. Citam-se algumas delas:

RECOMENDAÇÕES AOS AGENTES PÚBLICOS (PARECER n. 00003/2018/CTEL/CGU/AGU– Aprovado pela Advogada-Geral da União):

- Admitem-se os registros audiovisuais dos eventos anteriormente permitidos, desde que sua realização não configure publicidade institucional.
- A análise quanto à possibilidade de publicação de conteúdos gerados em evento anteriormente permitido deve ser feita caso a caso, mediante aferição criteriosa do conteúdo, forma, finalidade e utilidade de cada publicação, não sendo admissível publicação de ato ou conteúdo que configure publicidade institucional.
- Em regra, os pronunciamentos ou entrevistas dos agentes públicos não estão vedados, desde que realizados no exercício de suas funções e restritos às questões de natureza administrativa afetas à sua atuação institucional, sem menção a fatos eleitorais.
- Deve-se dar, sempre que possível, preferência para entrevistas escritas.
- Admite-se o registro audiovisual das entrevistas concedidas, quando restritas às questões administrativas e sem qualquer juízo de valor.
- Qualquer tipo de informação deve ser divulgado de forma imparcial, sem análise de atos ou pessoas específicas.
- Os conteúdos noticiosos podem ser divulgados em forma de releases à imprensa, devendo conter apenas um relato mínimo, neutro e objetivo de determinado ato ou atividade da Administração que seja de interesse público.
- As ASCOM podem se utilizar do prazo contido na Lei de Acesso à Informação para responder as demandas dos órgãos de imprensa, todavia, em virtude da celeridade dos fatos cotidianos, pode-se prezar por uma maior brevidade, sem, contudo, deixar de se observar as diligências necessárias quanto à cautela e prudência que permeiam o período eleitoral.
- As marcas e outros sinais distintivos de aplicativos e sistemas, que não possuem efeito publicitário de associação imediata com qualquer governo/gestão específico, podem ser veiculados nos espaços digitais em que são normalmente disponibilizados.

⁸ http://plataformamaisbrasil.gov.br/images/docs/CGCAT/manuais/cartilha_condutas_vedadas_eleicoes_2020.pdf

⁹ B823c Brasil. Advocacia-Geral da União. Condutas Vedadas aos Agentes Públicos Federais em Eleições: Eleições 2020, orientação aos Agentes Públicos / Advocacia-Geral da União e Subchefia para Assuntos Jurídicos da Secretaria Geral da Presidência da República. 7. ed. revista e atualizada. - Brasília: AGU; Presidência da República/Secretaria Geral, 2020. 44p. 1. Eleição - Brasil. 2. Servidor Público - Nomeação. 3. Publicidade Governamental - Brasil. 4. Campanha Eleitoral - Normas - Brasil. I. Título. II. Brasil. Presidência da República. Subchefia para Assuntos Jurídicos da Secretaria Geral.

- Resta vedada a divulgação de qualquer outro sinal distintivo de ações do Governo Federal que possam ser exaltadas perante o público em geral.
- A divulgação e publicação gráfica ou eletrônica, além de prévia análise de possibilidade caso a caso, deve considerar a aferição de um quadrinômio essencial quanto a conteúdo, forma, finalidade e utilidade.
- A divulgação e publicação de conteúdos de caráter técnico sem componente publicitário e que possua caráter exclusivamente informativo, educativo ou de orientação social não se enquadra nas hipóteses de vedação legal.

A extinta Secretaria Especial de Comunicação Social – SECOM, em 2018, elaborou um material de perguntas e respostas¹⁰ envolvendo dúvidas recorrentes a respeito das permissões e vedações aos agentes públicos federais naquele período eleitoral. Algumas das sugestões apresentadas neste material, de forma análoga, também podem ser emprestadas para análise de permissão ou vedação de condutas vedadas e publicidade em ano de eleições municipais, assim, relaciona-se alguns trechos do material:

23. 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, cabendo 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 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.

“A publicidade institucional de caráter meramente informativo acerca de obras, serviços e projetos governamentais, sem qualquer menção a eleição futura, pedido de voto ou promoção pessoal de agentes públicos, não configura conduta vedada ou abuso do poder político” (Recurso Especial Eleitoral nº 504871, Acórdão de 26/11/2013, Relator Min. José Antônio Dias Toffoli, Publicação: DJE – Diário de Justiça Eletrônico, Tomo 40, Data 26/02/2014, página 38).

Fundamentação: Lei nº 9.504/1997, art. 57-C e Instrução Normativa SECOM nº 1, de 11 de abril de 2018, Jurisprudência TSE.

[...]

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

¹⁰ <http://www.secom.gov.br/acesso-a-informacao/perguntas-frequentes/eleicoes-2018#p2>

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 seja de natureza institucional, de utilidade pública (salvo em caso de grave e urgente necessidade reconhecido pelo TSE) ou de publicidade mercadológica de produtos e serviços que não tenham concorrência de mercado. Esses posts, se anteriores ao período eleitoral, podem ser mantidos desde que devidamente datados, para comprovação da data de sua inclusão. Contudo, não podem ser reeditados para obter novo destaque na linha do tempo. E caso ganhem destaque na linha do tempo devido a algum comentário externo, devem ser imediatamente ocultados ou excluídos.

Fundamentação: Lei nº 9.504/1997, art. 57-C e Instrução Normativa SECOM nº 1, de 11 de abril de 2018.

[...]

28. 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 firam a legislação eleitoral e, conseqüentemente, causem responsabilização imputada pela Justiça Eleitoral.

Nos perfis em que não seja possível a suspensão da área de comentários e interatividade, os integrantes do SICOM 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 e Instrução Normativa SECOM nº 1, de 11 de abril de 2018.

[...]

29. 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 e Instrução Normativa SECOM nº 1, de 11 de abril de 2018.

[...]

30. 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 Federal. Em casos de dúvidas, a consultoria jurídica do órgão deve ser ouvida.

“A publicidade institucional de caráter meramente informativo acerca de obras, serviços e projetos governamentais, sem qualquer menção a eleição futura, pedido de voto ou promoção pessoal de agentes públicos, não configura conduta vedada ou abuso do poder político” (Recurso Especial Eleitoral nº 504871, Acórdão de 26/11/2013, Relator Min. José Antônio Dias Toffoli, Publicação: DJE – Diário de Justiça Eletrônico, Tomo 40, Data 26/02/2014, página 38).

“Não se pode considerar publicidade institucional a veiculação de avisos, advertências, recomendações, esclarecimentos, destinados exclusivamente a informar o público sobre fatos de interesse público, com já decidiu o TSE, a exemplo de alerta sobre transtornos decorrentes da execução de obras públicas (AR-REsp nº 52264), informativos cívicos (Pet. nº 226180), peças de conscientização da sociedade sobre medidas preventivas de saúde (Pet. nº 202191), publicação de atos oficiais, como leis e decretos (AR-REsp nº 25748)”. BRASIL. Legislação Eleitoral Comentada e Anotada. In: MEDEIROS, Marcilio Nunes. Salvador: JusPodivm, 2017. p. 1107.

Fundamentação: Jurisprudência TSE.

[...]

Os Sites Oficiais

Os atos oficiais podem continuar sendo publicados, como já visto. Mas, alguns cuidados devem ser tomados com relação à gestão do Sítio Oficial Municipal, como: a não vinculação de marca ou *slogam* de governo; aplicação do princípio da impessoalidade e da moralidade; a exclusão de destaque de propagandas ou campanhas vedadas na página oficial; dentre outros. A sensibilidade de avaliar cada publicação e o possível impacto que ela poderá acarretar é necessária. Inclusive nas ações da Covid-19, denota-se que o **inciso VIII, do parágrafo 3º, artigo 1º da Emenda Constitucional nº 107/2020**, não afasta a “posterior avaliação de condutas abusivas”. A preservação e o limite do caráter informativo são cruciais. Os símbolos oficiais dos municípios são permitidos [veja bem, do município, não os de governo].

O acervo documental [imagens, vídeos, notícias] já publicado, como adiantado, poderá ser preservado: de maneira que não estejam na página principal ou em destaque; os

comentários sejam temporariamente bloqueados e as datas das publicações estejam expostas. Republicações também configura publicidade institucional, e é vedada.

Os canais de atendimento ao cidadão devem permanecer ativos, claro, com o emprego de zelo na formulação das respostas.

Em linhas gerais, o caráter educativo, informativo ou orientação social, deve guiar a forma e conteúdo das publicações autorizadas e sobre a filtragem de todo conteúdo visível ou em destaque imediato na página oficial.

É possível que o município afixe nas suas plataformas digitais um informativo tratando justamente disso, da vedação de publicidade institucional em período eleitoral e do permissivo legal trazido pela **EC nº 107/20**, informando, ainda, que os munícipes poderão solicitar demais informações em canal próprio do Sítio Oficial do Município. Por cautela, também é possível enviar pedido de autorização judicial para a manutenção da página para os fins exclusivos de informações, ações e prestações de serviços voltados ao enfrentamento da Covid-19 ou afetados[as] pela doença, em caráter não promocional, impessoal e informativo.

Perfis Oficiais em redes sociais

A manutenção dos Perfis para os fins autorizados é possível. Aliás, muitos serviços como: auxílio na execução de atividades escolares; informações sobre a entrega de kits alimentação; dentre outros, estão sendo efetivados através das redes sociais.

Neste caso – redes sociais - as orientações são as mesmas direcionadas aos Sites, e no que tange a filtragem dos conteúdos já publicados em redes sociais – exclusão de *slogam* de governo, remoção de comentários, evidenciação das datas de publicações anteriores, exclusão de destaque de ações já publicadas, enfim – alguns municípios sustentam a falta de tempo hábil para promover estes ajustes minuciosos ou elaborar pedido de autorização judicial, então, criar um perfil/página/espço próprio para essas informações e publicidades autorizadas pela **EC 107/20** é uma opção, suspendendo o perfil antigo durante o período de vedação eleitoral. Fixando um informativo no perfil temporariamente desativado sobre as vedações eleitorais, o permissivo legal e o novo canal de informações. É importante que o novo canal não conte com símbolos, alusões ou direcionamentos de qualquer espécie a potenciais candidatos ou condutas que possam desequilibrar a disputa e ferir os princípios da moralidade e da impessoalidade.

Por fim, alertamos que as publicações não relacionadas à COVID, devem passar pelo crivo do Judiciário, um procedimento que possibilitará padronizar a forma adequada dos conteúdos que serão divulgados e auxiliará no cumprimento estrito das permissões acrescidas pela **EC nº 107/2020**, evitando violações à vedação da **alínea “b”, inciso VI, artigo 73 da Lei das eleições**.

É o que se orienta.

A **GEPAM**, por intermédio de seus Diretores e Consultores, está à disposição para dirimir quaisquer dúvidas e prestar quaisquer esclarecimentos a respeito da presente

Orientação Preventiva, seja por meio do telefone (18) 3521-5386 ou pelo site www.gepam.adm.br, por meio do canal “Contato”.

Atenciosamente,

Adamantina, em 24 de agosto de 2020.

Elaborada por:

Leonardo Vieira de Souza
Consultor

Aprovada por:

Antonio Francisco Moreno
Sócio-diretor

José Carlos Pacheco de Almeida
Advogado - OAB/SP nº 209.124