



**PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SECRETARIA DE GESTÃO, CONTRÓLE E NORMAS**

OFÍCIO-Circular nº 4 /2010/SGCN/SECOM-PR

Brasília, 13 de janeiro de 2010.

A Sua Excelência o Senhor
MARCELO DE SIQUEIRA FREITAS
Procurador-Geral Federal da Advocacia-Geral da União
Setor de Indústrias Gráficas - SIG, Quadra 6, Lote 800, 3º andar,
70604-900 Brasília - DF

Assunto: **Eleições 2010 - Condutas: ações de publicidade.**

Senhor Procurador-Geral Federal,

Correção: ...3 de outubro...

1. No período de 3 de julho a 5 de outubro, ou 31 de outubro de 2010, se houver segundo turno nas eleições para presidente e vice-presidente da República, os órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo Federal estarão proibidos de realizar ações de Publicidade de Utilidade Pública e de Publicidade Institucional, conceituadas no art. 2º, I e II, da Instrução Normativa nº 2, de 16 de dezembro de 2009, e ações de publicidade de produtos e serviços que não tenham concorrência no mercado, em conformidade com a legislação eleitoral. Excetuam-se os casos de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecidos pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), em resposta a consulta que lhe deverá ser feita previamente, por intermédio da SECOM.
2. Com o propósito de contribuir para o planejamento das ações dos órgãos e entidades, relacionamos no anexo casos julgados pelo TSE que permitem traçar visão abrangente do seu posicionamento no tocante a ações de comunicação em geral e de publicidade em particular, em períodos eleitorais. Também incluímos breves comentários sobre temas e assuntos recorrentes.
3. Oportunamente serão divulgadas instruções e orientações novas ou complementares sobre condutas a serem observadas no período eleitoral, relacionadas, por exemplo, com ações de publicidade, encaminhamento de consultas ao TSE, uso de marcas e

slogans, identidade visual na internet e alteração de placas de obras ou de projeto de obras com a marca do Governo Federal.

4. Solicitamos o obséquo de transmitir esta circular, se couber, a diretorias, departamentos, sucursais e representações regionais desse órgão que tenham autonomia para realizar ações de comunicação com o público externo.

5. Eventuais esclarecimentos podem ser solicitados por intermédio do e-mail secomnormas@planalto.gov.br.

Atenciosamente,

Original assinado e
enviado via Correios

JOSÉ VICENTINE
Secretário de Gestão, Controle e Normas

JULGADOS DO TSE SOBRE AÇÕES DE COMUNICAÇÃO E/OU PUBLICIDADE EM PERÍODO ELEITORAL

1. Pedidos de autorização para veicular campanha publicitária de estímulo ao turismo interno, em 1998 e 2002. **Decisões:** Indeferidos (PET 12.188/98 e PET 1848/06).
2. Acórdão sobre multa aplicada pela veiculação de programa informativo, que menciona o Governo Federal. (REP. 947 de 27/07/2006). Representação contra publicidade institucional veiculada em rádio no período proibido. Na veiculação o Ministério prestava contas sobre programa, informando que era uma iniciativa do Governo Federal. **Decisão:** O Tribunal multou o Ministro por não ter comprovado que notificou as rádios para não veicularem o programa no período vedado.
3. Pedido de autorização para divulgar o Prêmio Professores do Brasil - Indeferido (PET. 1893 de 15/06/2006). **Decisão:** O Tribunal entendeu que não estavam presentes os requisitos de grave e urgente necessidade pública. Houve interposição de agravo que também foi indeferido.
4. Representação proposta contra prefeito por veiculação de publicidade institucional no *site* da Prefeitura - Procedente (REP. 35445 de 23/06/2009). **Decisão:** O TSE multou o prefeito por veicular publicidade vedada, mostrando os feitos de sua gestão frente à Prefeitura, tais como obras e serviços. Mesmo o material tendo sido divulgado antes do período vedado, o fato de continuarem no site no período eleitoral gerou multa.
5. Pedido de autorização para divulgar a 3ª Semana Nacional de Ciência e Tecnologia com material publicitário formado por vinhetas para Rádio e TV, outdoor, cartaz e banner para Web. (PET. 2426 de 07/10/2006). **Decisão:** Pedido autorizado "uma vez expungida a referência ao Ministério e ao Governo Federal".
6. Solicitação de autorização do TSE para patrocinar o 3º Encontro Nacional de Agentes do Setor Elétrico - ENASE (PET. 2009, de 16/08/2006). **Decisão:** "Indefiro não a realização do Encontro Nacional de Agentes do Serviço Elétrico - ENASE, mas a publicidade institucional que o cerca, considerados os elementos de divulgação apresentados". [Obs: o material de divulgação não trazia a marca do Governo Federal, apenas a contrapartida prevista no contrato como a aposição da logomarca da patrocinadora. O que é vedado pela norma do art. 73, VI, 'b', da Lei nº 9.504/97 é a publicidade relativa ao evento, não a sua realização.]
7. Pedido de autorização para promover campanha de utilidade pública de combate às queimadas próximo às redes de transmissão de energia. **Decisão:** Pedido indeferido (PET. 1894, de 15/06/2006). "Trata-se de pleito de veiculação de spots, jingle, outdoor, cartazes, calendários e folhetos, deles constando alusão ao Governo Federal. Então, afigura-se como publicidade que, não decorrendo de grave e urgente necessidade pública, é capaz de solapar a igualdade de oportunidades entre candidatos, valendo notar a circunstância de o atual Chefe do Poder Executivo ser um potencial candidato à reeleição".
8. Pedido de autorização para veicular material publicitário referente ao Projeto Rondon. **Decisão:** Pedido indeferido. "Ninguém coloca em dúvida o valor do Projeto Rondon, no que universitários passam a assistir populações carentes. Entretanto, daí a usar-se desse instrumento para realçar a atuação do Governo Federal, cujo titular caminha para a reeleição, é passo demasiadamente largo". "O Projeto pode ser posto em execução sem que se faça a publicidade institucional, a divulgação do fato de que tem origem no Poder Executivo. A veiculação publicitária e o lançamento de dados deste último em uniformes e apetrechos ganham contornos

passíveis de implicar, especialmente perante os cidadãos de menor escolaridade, o desequilíbrio entre candidatos.

9. Pedido de autorização para divulgar, por meio de cartaz, a Olimpíada Brasileira de Matemática.

Decisão: Pedido indeferido por entender que não havia grave e urgente necessidade pública.

10. Pedido de autorização para promover a Campanha Nacional de Combate ao Fumo. **Decisão:** Pedido indeferido por entender que não havia grave e urgente necessidade pública.

11. Pedido de autorização para divulgar, por meio de folder, à população a mudança do uniforme de carteiro. **Decisão:** Autorização concedida.

12. Pedido de autorização para promover a Campanha Nacional de Vacinação contra a Poliomielite, por meio de filme para TV, folders, cartazes e pronunciamento do Ministro em rede nacional. **Decisão:** Autorização concedida.

13. Pedido de autorização para promover a Semana Nacional do Trânsito por meio de cartazes e folders. **Decisão:** Autorização concedida.

TEMAS RECORRENTES

1. É proibida a aplicação da marca do Governo Federal ('Brasil. Um País de Todos.') em placas de obras, placas de inaugurações, postes, cisternas, sacos de leite, cartões, etc., e ainda em qualquer bem público.

2. Logomarcas de programas e ações, slogans e nome de órgãos foram proibidos em ações autorizadas pelo TSE, nas eleições de 2006.

3. Ações de patrocínio não sofrem restrições no período eleitoral, a não ser quanto à aplicação da marca do Governo Federal e à distribuição de material institucional do órgão ou entidade patrocinadora.

4. Não existe vedação para realização de eventos do tipo feiras, exposições, etc. O Tribunal proíbe as ações publicitárias desses eventos (exibição da marca do Governo Federal, distribuição de material institucional, etc.).

5. A utilização da marca do Governo Federal no exterior não está sob o crivo da Lei Eleitoral. Entretanto, ações que precisem ser realizadas na África do Sul, no período eleitoral, devem ser precedidas de cuidados especiais. Em caso de dúvida, o TSE deve ser consultado.

6. Os sítios dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal deverão retirar a marca do Governo Federal, em data a ser oficialmente comunicada pela SECOM.

7. Material técnico pode ser distribuído desde que oculte a marca do Governo Federal e não contenha nome de autoridades ou menção a suas realizações.

8. Brindes do tipo chapéu, chaveiro, canetas, camisetas e similares estão proibidos. Para a Justiça Eleitoral esse material configura instrumento de propaganda mais utilizado em campanha eleitoral.

9. Ações de merchandising, product placement e similares são permitidas para produtos e serviços que tenham concorrência no mercado. Nos demais casos, é necessário consultar o TSE.
10. Vídeos para exibição em palestras estão liberados se constituírem material técnico, por exemplo, de orientação pedagógica, para aperfeiçoamento de professores, de treinamento para dirigentes de escolas, para gestores de saúde e outros dessa ordem. Mas são recomendados cuidados especiais na organização desses eventos, porque, em época eleitoral, há tendência de atribuir conotação eleitoral às atividades que têm caráter administrativo, gerando polêmicas desnecessárias.
11. TV Executiva: se disser respeito a ação programática do órgão ou entidade, claramente vinculada a sua missão, e se os auditórios que terão acesso à sessão de TV Executiva não forem abertos ao público, mas somente a profissionais do setor, então a ação não se configura como publicitária, portanto não estará abrangida pela proibição legal. Cuidados redobrados devem ser adotados para evitar que o evento assuma qualquer conotação eleitoral.
12. Jornais, revistas, boletins e outras publicações, se forem destinados exclusivamente ao público interno, se abordarem apenas assuntos de interesse dos funcionários e se já vêm sendo editados há algum tempo, então não se trata de ação que possa ser classificada como publicitária. Caso contrário, ou em caso de dúvida, é recomendável consultar o TSE. Vale lembrar que nesses periódicos não deverá ser aplicada a marca do Governo Federal no período em que ela estiver proibida.
13. É necessário submeter antecipadamente ao TSE os textos de pronunciamentos em cadeias de rádio e televisão.

**Relação de autoridades para as quais foi enviado o
OFÍCIO-CIRCULAR Nº 4/2010/SGCN/SECOM-PR, de 13.01.10**

Advocacia-Geral da União - AGU-PR
Agência Brasileira de Inteligência - ABIN
Arquivo Nacional - AN/CC
Comando da Aeronáutica - Comaer
Comando da Marinha - CM
Comando do Exército - Cex
Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira - CEPLAC
Controladoria-Geral da União - CGU-PR
Estado-Maior de Defesa - EMD
Imprensa Nacional - IN
Instituto Benjamin Constant - IBC
Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia - IBICT
Instituto Nacional de Câncer - INCA
Instituto Nacional de Meteorologia - INMET
Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia - INPA
Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais - INPE

Instituto Nacional de Tecnologia - INT
Instituto Rio Branco - IRBr
Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA
Ministério da Ciência e Tecnologia - MCT
Ministério da Cultura - MinC
Ministério da Fazenda - MF
Ministério da Integração Nacional - MIN
Ministério da Justiça - MJ
Ministério da Pesca e Aquicultura - MAP
Ministério da Previdência Social - MPS
Ministério da Saúde - MS
Ministério das Cidades - MCIDADES
Ministério das Comunicações - MINICOM
Ministério das Relações Exteriores - MRE
Ministério de Minas e Energia - MME
Ministério do Desenvolvimento Agrário - MDA
Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome - MDS
Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - MDIC
Ministério do Esporte - ME
Ministério do Meio Ambiente - MMA
Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão - MP
Ministério do Trabalho e Emprego - MTE
Ministério do Turismo - MTur
Ministério dos Transportes - MT
Museu Paraense Emílio Goeldi - MPEG
Observatório Nacional - ON
Secretaria da Receita Federal do Brasil - RFB
Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República - SAE
Secretaria de Relações Institucionais da Presidência da República - SRI
Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial da Presidência da República - SEPIR
Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, da Presidência da República - SEM
Secretaria Especial de Portos da Presidência da República - SEP
Secretaria Especial dos Direitos Humanos da Presidência da República - SDH
Secretaria Nacional de Políticas sobre Drogas - SENAD
Secretaria-Geral da Presidência da República - SG

OFÍCIO Nº 13 /2010/SGCN/SECOM-PR, de 13.01.10 ENVIADO AO MEC



**PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SECRETARIA DE GESTÃO, CONTRÓLE E NORMAS**

OFÍCIO nº 13 /2010/SGCN/SECOM-PR

Brasília, 13 de janeiro de 2010.

A Sua Excelência o Senhor
JOSÉ HENRIQUE PAIM FERNANDES
Secretário-Executivo do Ministério da Educação
Esplanada dos Ministérios, Bloco L, 7º
70047-900 Brasília - DF

Assunto: Eleições 2010 - Condutas: ações de publicidade.

Senhor Secretário-Executivo,

1. No período de 3 de julho a 5 de outubro, ou 31 de outubro de 2010, se houver segundo turno nas eleições para presidente e vice-presidente da República, os órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo Federal estarão proibidos de realizar ações de Publicidade de Utilidade Pública e de Publicidade Institucional, conceituadas no art. 2º, I e II, da Instrução Normativa nº 2, de 16 de dezembro de 2009, e ações de publicidade de produtos e serviços que não tenham concorrência no mercado, em conformidade com a legislação eleitoral. Excetuam-se os casos de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecidos pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), em resposta a consulta que lhe deverá ser feita previamente, por intermédio da SECOM.
2. Com o propósito de contribuir para o planejamento das ações dos órgãos e entidades, relacionamos no anexo casos julgados pelo TSE que permitem traçar visão abrangente do seu posicionamento no tocante a ações de comunicação em geral e de publicidade em particular, em períodos eleitorais. Também incluímos breves comentários sobre temas e assuntos recorrentes.
3. Oportunamente serão divulgadas instruções e orientações novas ou complementares sobre condutas a serem observadas no período eleitoral, relacionadas, por exemplo, com ações de publicidade, encaminhamento de consultas ao TSE, uso de marcas e *slogans*, identidade visual na internet e alteração de placas de obras ou de projeto de obras com a marca do Governo Federal.

4. Solicitamos o obséquio de transmitir esta circular às entidades vinculadas a esse órgão, especialmente às instituições federais de ensino, bem como, se couber, a diretorias, departamentos, sucursais e representações regionais desse órgão que tenham autonomia para realizar ações de comunicação com o público externo.

5. Eventuais esclarecimentos podem ser solicitados por intermédio do e-mail secomnormas@planalto.gov.br.

Atenciosamente,

Original assinado e
enviado via Correios

JOSÉ VICENTINE
Secretário de Gestão, Controle e Normas

JULGADOS DO TSE SOBRE AÇÕES DE COMUNICAÇÃO E/OU PUBLICIDADE EM PERÍODO ELEITORAL

1. Pedidos de autorização para veicular campanha publicitária de estímulo ao turismo interno, em 1998 e 2002. **Decisões:** Indeferidos (PET 12.188/98 e PET 1848/06).
2. Acórdão sobre multa aplicada pela veiculação de programa informativo, que menciona o Governo Federal. (REP. 947 de 27/07/2006). Representação contra publicidade institucional veiculada em rádio no período proibido. Na veiculação o Ministério prestava contas sobre programa, informando que era uma iniciativa do Governo Federal. **Decisão:** O Tribunal multou o Ministro por não ter comprovado que notificou as rádios para não veicularem o programa no período vedado.
3. Pedido de autorização para divulgar o Prêmio Professores do Brasil - Indeferido (PET. 1893 de 15/06/2006). **Decisão:** O Tribunal entendeu que não estavam presentes os requisitos de grave e urgente necessidade pública. Houve interposição de agravo que também foi indeferido.
4. Representação proposta contra prefeito por veiculação de publicidade institucional no *site* da Prefeitura - Procedente (REP. 35445 de 23/06/2009). **Decisão:** O TSE multou o prefeito por veicular publicidade vedada, mostrando os feitos de sua gestão frente à Prefeitura, tais como obras e serviços. Mesmo o material tendo sido divulgado antes do período vedado, o fato de continuarem no site no período eleitoral gerou multa.
5. Pedido de autorização para divulgar a 3ª Semana Nacional de Ciência e Tecnologia com material publicitário formado por vinhetas para Rádio e TV, outdoor, cartaz e banner para Web. (PET. 2426 de 07/10/2006). **Decisão:** Pedido autorizado "uma vez expungida a referência ao Ministério e ao Governo Federal".
6. Solicitação de autorização do TSE para patrocinar o 3º Encontro Nacional de Agentes do Setor Elétrico - ENASE (PET. 2009, de 16/08/2006). **Decisão:** "Indefiro não a realização do Encontro Nacional de Agentes do Serviço Elétrico - ENASE, mas a publicidade institucional que o cerca, considerados os elementos de divulgação apresentados". [Obs: o material de divulgação não trazia a marca do Governo Federal, apenas a contrapartida prevista no contrato como a aposição da logomarca da patrocinadora. O que é vedado pela norma do art. 73, VI, 'b', da Lei nº 9.504/97 é a publicidade relativa ao evento, não a sua realização.]
7. Pedido de autorização para promover campanha de utilidade pública de combate às queimadas próximo às redes de transmissão de energia. **Decisão:** Pedido indeferido (PET. 1894, de 15/06/2006). "Trata-se de pleito de veiculação de spots, jingle, outdoor, cartazes, calendários e folhetos, deles constando alusão ao Governo Federal. Então, afigura-se como publicidade que, não decorrendo de grave e urgente necessidade pública, é capaz de solapar a igualdade de oportunidades entre candidatos, valendo notar a circunstância de o atual Chefe do Poder Executivo ser um potencial candidato à reeleição".
8. Pedido de autorização para veicular material publicitário referente ao Projeto Rondon. **Decisão:** Pedido indeferido. "Ninguém coloca em dúvida o valor do Projeto Rondon, no que universitários passam a assistir populações carentes. Entretanto, daí a usar-se desse instrumento para realçar a atuação do Governo Federal, cujo titular caminha para a reeleição, é passo demasiadamente largo". "O Projeto pode ser posto em execução sem que se faça a publicidade institucional, a divulgação do fato de que tem origem no Poder Executivo. A veiculação publicitária e o lançamento de dados deste último em uniformes e apetrechos ganham contornos passíveis de implicar, especialmente perante os cidadãos de menor escolaridade, o desequilíbrio entre candidatos.

9. Pedido de autorização para divulgar, por meio de cartaz, a Olimpíada Brasileira de Matemática.

Decisão: Pedido indeferido por entender que não havia grave e urgente necessidade pública.

10. Pedido de autorização para promover a Campanha Nacional de Combate ao Fumo. **Decisão:** Pedido indeferido por entender que não havia grave e urgente necessidade pública.

11. Pedido de autorização para divulgar, por meio de folder, à população a mudança do uniforme de carteiro. **Decisão:** Autorização concedida.

12. Pedido de autorização para promover a Campanha Nacional de Vacinação contra a Poliomielite, por meio de filme para TV, folders, cartazes e pronunciamento do Ministro em rede nacional. **Decisão:** Autorização concedida.

13. Pedido de autorização para promover a Semana Nacional do Trânsito por meio de cartazes e folders. **Decisão:** Autorização concedida.

TEMAS RECORRENTES

1. É proibida a aplicação da marca do Governo Federal ('Brasil. Um País de Todos.') em placas de obras, placas de inaugurações, postes, cisternas, sacos de leite, cartões, etc., e ainda em qualquer bem público.

2. Logomarcas de programas e ações, slogans e nome de órgãos foram proibidos em ações autorizadas pelo TSE, nas eleições de 2006.

3. Ações de patrocínio não sofrem restrições no período eleitoral, a não ser quanto à aplicação da marca do Governo Federal e à distribuição de material institucional do órgão ou entidade patrocinadora.

4. Não existe vedação para realização de eventos do tipo feiras, exposições, etc. O Tribunal proíbe as ações publicitárias desses eventos (exibição da marca do Governo Federal, distribuição de material institucional, etc.).

5. A utilização da marca do Governo Federal no exterior não está sob o crivo da Lei Eleitoral. Entretanto, ações que precisem ser realizadas na África do Sul, no período eleitoral, devem ser precedidas de cuidados especiais. Em caso de dúvida, o TSE deve ser consultado.

6. Os sítios dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal deverão retirar a marca do Governo Federal, em data a ser oficialmente comunicada pela SECOM.

7. Material técnico pode ser distribuído desde que oculte a marca do Governo Federal e não contenha nome de autoridades ou menção a suas realizações.

8. Brindes do tipo chapéu, chaveiro, canetas, camisetas e similares estão proibidos. Para a Justiça Eleitoral esse material configura instrumento de propaganda mais utilizado em campanha eleitoral.

9. Ações de merchandising, product placement e similares são permitidas para produtos e serviços que tenham concorrência no mercado. Nos demais casos, é necessário consultar o TSE.

10. Vídeos para exibição em palestras estão liberados se constituírem material técnico, por exemplo, de orientação pedagógica, para aperfeiçoamento de professores, de treinamento para dirigentes de escolas, para gestores de saúde e outros dessa ordem. Mas são recomendados cuidados especiais na organização desses eventos, porque, em época eleitoral, há tendência de atribuir conotação eleitoral às atividades que têm caráter administrativo, gerando polêmicas desnecessárias.

11. TV Executiva: se disser respeito a ação programática do órgão ou entidade, claramente vinculada a sua missão, e se os auditórios que terão acesso à sessão de TV Executiva não forem abertos ao público, mas somente a profissionais do setor, então a ação não se configura como publicitária, portanto não estará abrangida pela proibição legal. Cuidados redobrados devem ser adotados para evitar que o evento assuma qualquer conotação eleitoral.

12. Jornais, revistas, boletins e outras publicações, se forem destinados exclusivamente ao público interno, se abordarem apenas assuntos de interesse dos funcionários e se já vêm sendo editados há algum tempo, então não se trata de ação que possa ser classificada como publicitária. Caso contrário, ou em caso de dúvida, é recomendável consultar o TSE. Vale lembrar que nesses periódicos não deverá ser aplicada a marca do Governo Federal no período em que ela estiver proibida.

13. É necessário submeter antecipadamente ao TSE os textos de pronunciamentos em cadeias de rádio e televisão.



**PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
SECRETARIA DE GESTÃO, CONTRÓLE E NORMAS**

OFÍCIO nº 13 /2010/SGCN/SECOM-PR

Brasília, 13 de janeiro de 2010.

A Sua Excelência o Senhor
CMG ALMIR GARNIER SANTOS
Chefe de Gabinete
Ministério da Defesa
Esplanada dos Ministérios, Bloco Q, 6º andar,
70049-900 Brasília - DF

Assunto: **Eleições 2010 - Condutas: ações de publicidade.**

Senhor Chefe,

1. No período de 3 de julho a 5 de outubro, ou 31 de outubro de 2010, se houver segundo turno nas eleições para presidente e vice-presidente da República, os órgãos e entidades integrantes do Poder Executivo Federal estarão proibidos de realizar ações de Publicidade de Utilidade Pública e de Publicidade Institucional, conceituadas no art. 2º, I e II, da Instrução Normativa nº 2, de 16 de dezembro de 2009, e ações de publicidade de produtos e serviços que não tenham concorrência no mercado, em conformidade com a legislação eleitoral. Excetuam-se os casos de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecidos pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), em resposta a consulta que lhe deverá ser feita previamente, por intermédio da SECOM.
2. Com o propósito de contribuir para o planejamento das ações dos órgãos e entidades, relacionamos no anexo casos julgados pelo TSE que permitem traçar visão abrangente do seu posicionamento no tocante a ações de comunicação em geral e de publicidade em particular, em períodos eleitorais. Também incluímos breves comentários sobre temas e assuntos recorrentes.
3. Oportunamente serão divulgadas instruções e orientações novas ou complementares sobre condutas a serem observadas no período eleitoral, relacionadas, por exemplo, com ações de publicidade, encaminhamento de consultas ao TSE, uso de marcas e *slogans*, identidade visual na internet e alteração de placas de obras ou de projeto de obras com a marca do Governo Federal.

4. Solicitamos o obséquio de transmitir esta circular às entidades vinculadas a esse órgão, especialmente às instituições federais de ensino, bem como, se couber, a diretorias, departamentos, sucursais e representações regionais desse órgão que tenham autonomia para realizar ações de comunicação com o público externo.

5. Eventuais esclarecimentos podem ser solicitados por intermédio do e-mail secomnormas@planalto.gov.br.

Atenciosamente,

Original assinado e
enviado via Correios

JOSÉ VICENTINE
Secretário de Gestão, Controle e Normas

JULGADOS DO TSE SOBRE AÇÕES DE COMUNICAÇÃO E/OU PUBLICIDADE EM PERÍODO ELEITORAL

1. Pedidos de autorização para veicular campanha publicitária de estímulo ao turismo interno, em 1998 e 2002. **Decisões:** Indeferidos (PET 12.188/98 e PET 1848/06).
2. Acórdão sobre multa aplicada pela veiculação de programa informativo, que menciona o Governo Federal. (REP. 947 de 27/07/2006). Representação contra publicidade institucional veiculada em rádio no período proibido. Na veiculação o Ministério prestava contas sobre programa, informando que era uma iniciativa do Governo Federal. **Decisão:** O Tribunal multou o Ministro por não ter comprovado que notificou as rádios para não veicularem o programa no período vedado.
3. Pedido de autorização para divulgar o Prêmio Professores do Brasil - Indeferido (PET. 1893 de 15/06/2006). **Decisão:** O Tribunal entendeu que não estavam presentes os requisitos de grave e urgente necessidade pública. Houve interposição de agravo que também foi indeferido.
4. Representação proposta contra prefeito por veiculação de publicidade institucional no *site* da Prefeitura - Procedente (REP. 35445 de 23/06/2009). **Decisão:** O TSE multou o prefeito por veicular publicidade vedada, mostrando os feitos de sua gestão frente à Prefeitura, tais como obras e serviços. Mesmo o material tendo sido divulgado antes do período vedado, o fato de continuarem no site no período eleitoral gerou multa.
5. Pedido de autorização para divulgar a 3ª Semana Nacional de Ciência e Tecnologia com material publicitário formado por vinhetas para Rádio e TV, outdoor, cartaz e banner para Web. (PET. 2426 de 07/10/2006). **Decisão:** Pedido autorizado "uma vez expungida a referência ao Ministério e ao Governo Federal".
6. Solicitação de autorização do TSE para patrocinar o 3º Encontro Nacional de Agentes do Setor Elétrico - ENASE (PET. 2009, de 16/08/2006). **Decisão:** "Indefiro não a realização do Encontro Nacional de Agentes do Serviço Elétrico - ENASE, mas a publicidade institucional que o cerca, considerados os elementos de divulgação apresentados". [**Obs:** o material de divulgação não trazia a marca do Governo Federal, apenas a contrapartida prevista no contrato como a aposição da logomarca da patrocinadora. O que é vedado pela norma do art. 73, VI, 'b', da Lei nº 9.504/97 é a publicidade relativa ao evento, não a sua realização.]
7. Pedido de autorização para promover campanha de utilidade pública de combate às queimadas próximo às redes de transmissão de energia. **Decisão:** Pedido indeferido (PET. 1894, de 15/06/2006). "Trata-se de pleito de veiculação de spots, jingle, outdoor, cartazes, calendários e folhetos, deles constando alusão ao Governo Federal. Então, afigura-se como publicidade que, não decorrendo de grave e urgente necessidade pública, é capaz de solapar a igualdade de oportunidades entre candidatos, valendo notar a circunstância de o atual Chefe do Poder Executivo ser um potencial candidato à reeleição".
8. Pedido de autorização para veicular material publicitário referente ao Projeto Rondon. **Decisão:** Pedido indeferido. "Ninguém coloca em dúvida o valor do Projeto Rondon, no que universitários passam a assistir populações carentes. Entretanto, daí a usar-se desse instrumento para realçar a atuação do Governo Federal, cujo titular caminha para a reeleição, é passo demasiadamente largo". "O Projeto pode ser posto em execução sem que se faça a publicidade institucional, a divulgação do fato de que tem origem no Poder Executivo. A veiculação publicitária e o lançamento de dados deste último em uniformes e apetrechos ganham contornos passíveis de implicar, especialmente perante os cidadãos de menor escolaridade, o desequilíbrio entre candidatos.

9. Pedido de autorização para divulgar, por meio de cartaz, a Olimpíada Brasileira de Matemática.

Decisão: Pedido indeferido por entender que não havia grave e urgente necessidade pública.

10. Pedido de autorização para promover a Campanha Nacional de Combate ao Fumo. **Decisão:** Pedido indeferido por entender que não havia grave e urgente necessidade pública.

11. Pedido de autorização para divulgar, por meio de folder, à população a mudança do uniforme de carteiro. **Decisão:** Autorização concedida.

12. Pedido de autorização para promover a Campanha Nacional de Vacinação contra a Poliomielite, por meio de filme para TV, folders, cartazes e pronunciamento do Ministro em rede nacional. **Decisão:** Autorização concedida.

13. Pedido de autorização para promover a Semana Nacional do Trânsito por meio de cartazes e folders. **Decisão:** Autorização concedida.

TEMAS RECORRENTES

1. É proibida a aplicação da marca do Governo Federal ('Brasil. Um País de Todos.') em placas de obras, placas de inaugurações, postes, cisternas, sacos de leite, cartões, etc., e ainda em qualquer bem público.

2. Logomarcas de programas e ações, slogans e nome de órgãos foram proibidos em ações autorizadas pelo TSE, nas eleições de 2006.

3. Ações de patrocínio não sofrem restrições no período eleitoral, a não ser quanto à aplicação da marca do Governo Federal e à distribuição de material institucional do órgão ou entidade patrocinadora.

4. Não existe vedação para realização de eventos do tipo feiras, exposições, etc. O Tribunal proíbe as ações publicitárias desses eventos (exibição da marca do Governo Federal, distribuição de material institucional, etc.).

5. A utilização da marca do Governo Federal no exterior não está sob o crivo da Lei Eleitoral. Entretanto, ações que precisem ser realizadas na África do Sul, no período eleitoral, devem ser precedidas de cuidados especiais. Em caso de dúvida, o TSE deve ser consultado.

6. Os sítios dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal deverão retirar a marca do Governo Federal, em data a ser oficialmente comunicada pela SECOM.

7. Material técnico pode ser distribuído desde que oculte a marca do Governo Federal e não contenha nome de autoridades ou menção a suas realizações.

8. Brindes do tipo chapéu, chaveiro, canetas, camisetas e similares estão proibidos. Para a Justiça Eleitoral esse material configura instrumento de propaganda mais utilizado em campanha eleitoral.

9. Ações de merchandising, product placement e similares são permitidas para produtos e serviços que tenham concorrência no mercado. Nos demais casos, é necessário consultar o TSE.

10. Vídeos para exibição em palestras estão liberados se constituírem material técnico, por exemplo, de orientação pedagógica, para aperfeiçoamento de professores, de treinamento para dirigentes de escolas, para gestores de saúde e outros dessa ordem. Mas são recomendados cuidados especiais na organização desses eventos, porque, em época eleitoral, há tendência de atribuir conotação eleitoral às atividades que têm caráter administrativo, gerando polêmicas desnecessárias.

11. TV Executiva: se disser respeito a ação programática do órgão ou entidade, claramente vinculada a sua missão, e se os auditórios que terão acesso à sessão de TV Executiva não forem abertos ao público, mas somente a profissionais do setor, então a ação não se configura como publicitária, portanto não estará abrangida pela proibição legal. Cuidados redobrados devem ser adotados para evitar que o evento assuma qualquer conotação eleitoral.

12. Jornais, revistas, boletins e outras publicações, se forem destinados exclusivamente ao público interno, se abordarem apenas assuntos de interesse dos funcionários e se já vêm sendo editados há algum tempo, então não se trata de ação que possa ser classificada como publicitária. Caso contrário, ou em caso de dúvida, é recomendável consultar o TSE. Vale lembrar que nesses periódicos não deverá ser aplicada a marca do Governo Federal no período em que ela estiver proibida.

13. É necessário submeter antecipadamente ao TSE os textos de pronunciamentos em cadeias de rádio e televisão.