PUBLICIDADE INSTITUCIONAL EM ANO ELEITORAL

1) PUBLICIDADE DE ATOS OFICIAIS E PUBLICIDADE INSTITUCIONAL:

a) ATOS OFICIAIS: PUBLICAÇÃO OBRIGATÓRIA

Exigência do princípio constitucional da publicidade que determina sejam publicados seus atos administrativos.

A publicidade dos atos oficiais é garantia do cidadão, seja para que possa exercer seus direitos perante a Administração, seja para que tenha condições de controlar a própria atividade administrativa.

A publicidade do ato constitui condição para sua eficácia e validade.

b) PUBLICIDADE INSTITUCIONAL: NÃO OBRIGATÓRIA

A Publicidade Institucional, que é composta tanto pela publicidade institucional propriamente dita, assim como a de utilidade pública, tem por objetivo a divulgação dos atos, programas, serviços e campanhas, assim como a prestação de contas das ações tomadas pela Administração Pública, com caráter educativo, informativo e de orientação social.

2) PUBLICIDADE INSTITUCIONAL: BASE LEGAL

Constituição Federal - 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:

.

Parágrafo 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. "

3) RESTRIÇÕES À PUBLICIDADE INSTITUCIONAL EM ANO ELEITORAL - PEC N. 18 DE 2020

EMENDA CONSTITUCIONAL promulgada pelo Congresso Nacional em 1º. De julho de 2020, alterando os incisos VI e VII do artigo 73 da Lei Eleitoral (9.504/97) que dispunham:

- ***Art. 73 da Lei Eleitoral n. 9.504/97 – 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 (....)"

(...)

VII – ***realizar, em ano de eleição, antes do prazo fixado no inciso anterior, despesas com publicidade dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, que excedam a***

média dos gastos nos três primeiros semestres dos últimos três anos que antecedem o pleito ou do último ano imediatamente anterior à eleição: "

Do ponto de vista do direito eleitoral, essa ilicitude ocorrerá sempre que a ação intervier no processo político-eleitoral, beneficiando ou podendo beneficiar partido político, coligação ou candidato ou procurando influenciar a consciência eleitoral do cidadão, frustrando a legitimidade do voto como expressão da soberania popular.

Os atos oficiais – publicidade legal – da Administração Pública, não sofrem qualquer restrição, seja quanto ao período de divulgação, seja quanto ao valor aplicado para esse fim.

EXCEPCIONALIDADES:

Com o advento da pandemia do COVID-19, e para atender o princípio constitucional da proteção à segurança e à saúde dos cidadãos, o Congresso Nacional promulgou a Emenda Constitucional, alterando os citados incisos VI e VII do artigo 73 da Lei Eleitoral APENAS para as eleições municipais de 2020:

"VII – em relação à conduta vedada prevista no inciso VII do caput do artigo 73 da Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997, os gastos liquidados com publicidade institucional realizada até 15 de agosto de 2020 não poderão exceder a média dos gastos dos 2 (dois) primeiros quadrimestres dos 3 (três) últimos anos que antecedem ao pleito, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral;

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 artigo 22 da Lei Complementar n. 64, de 18 de maio de 1990."

As alterações excepcionais introduzidas pelas disposições supra referidas dizem respeito:

a) Ao período possível de realização de publicidade institucional;
b) Ao valor possível de ser despendido em publicidade institucional em período que antecede as eleições.

Em decorrência do adiamento das eleições para o dia 15 de novembro (1º. Turno) e 29 de novembro (segundo turno) a publicidade institucional poderá ser realizada até o dia 14 de agosto de 2020.

O trimestre que antecede as eleições se inicia em 15 de agosto de 2020 e nesse trimestre não poderá haver publicidade institucional da Administração Pública municipal. Exceção, entretanto, às campanhas de enfrentamento ao Corona vírus, que poderão ser realizadas DURANTE TODO O SEGUNDO SEMESTRE DE 2020.

O parágrafo 2º do artigo 1º. Da referida Emenda Constitucional dispõe que os demais prazos fixados na Lei Eleitoral que não tenham transcorrido na data da publicidade dessa emenda e que tenham como referência a data do pleito, serão computados considerando-se a nova data das eleições de 2020.

LIMITE DE GASTOS EM PUBLICIDADE INSTITUCIONAL NESTE ANO ELEITORAL DE 2020

O limite de gastos em publicidade institucional neste ano eleitoral (2020) é fixado com base na MÉDIA DOS ULTIMOS TRES ANOS E RELATIVA AOS DOIS PRIMEIROS QUADRIMESTRES DE CADA UM DESSES ANOS.

Ou seja: janeiro a agosto, inclusive, despendidos em publicidade institucional da Administração Pública Municipal.

NECESSIDADE DE AUTORIZAÇÃO JUDICIAL:

Esse limite de gastos poderá ser ultrapassado, a critério da Administração Pública, quando demonstrada pela Municipalidade a necessidade decorrente de calamidade pública (e não apenas de Corona vírus), RECONHECIDA a necessidade e urgência pelo Juiz Eleitoral da comarca.

A Administração Pública Municipal não poderá utilizar essa exceção (não aplicação do limite de gastos pela média dos três últimos anos em seus dois primeiros quadrimestres) para, mesmo indiretamente, fazer publicidade institucional que não seja a reconhecida pelo Juiz Eleitoral como autorizada.

4) PRINCÍPIO QUE REGE AS RESTRIÇÕES À PUBLICIDADE INSTITUCIONAL PÚBLICO EM ANO ELEITORAL

O princípio protegido é o da ISONOMIA.

Constituição Federal – art. 14. A soberania popular será exercida pelo sufrágio universal e pelo voto direto e secreto, com valor igual para todos e nos termos da lei (....)

O princípio da isonomia, neste caso, protege a normalidade e a legitimidade das eleições contra a influência do poder econômico ou o abuso do exercício de função, cargo ou emprego na administração direta ou indireta.

5) AGENTES PÚBLICOS AOS QUAIS SE APLICAM AS RESTRIÇÕES QUANTO À PUBLICIDADE INSTITUCIONAL:

São os Agentes Públicos das ESFERAS ADMINISTRATIVAS, cujos cargos estejam em disputa na eleição. Âmbitos Federal, Estadual ou Municipal.

Considerados como <u>Agentes Públicos</u> os que exercem, ainda que transitoriamente ou sem remuneração, por eleição, nomeação, designação, contratação ou qualquer outra forma de investidura ou vínculo, mandato, cargo, emprego ou função nos órgãos ou entidades da administração pública direta, indireta ou fundacional.

Os destinatários das hipóteses do art. 73 da Lei 9.504 são o agente público responsável pela prática do ato e o próprio candidato, seja na qualidade de responsável pela prática do ato, seja como beneficiado, agente público ou não.

O candidato pode ser ele, pessoalmente, responsável pelo ato: ele próprio o pratica, anui, concorda ou de algum modo contribui para a prática do ato. Entretanto, há situações em que o candidato não tem responsabilidade pessoal

(subjetiva), mas as condutas vedadas são praticadas em seu benefício, pelo que deverá ele demonstrar que foram realizadas sem a sua orientação, determinação e ou autorização.

6) PUBLICIDADES PROIBIDAS E LIBERADAS

Proibida é qualquer publicidade institucional e de utilidade pública.

Liberada é a que divulga produtos ou serviços que tenham concorrência no mercado e a institucional, em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral.

7) COMO SE CALCULA A MÉDIA DOS GASTOS EM PUBLICIDADE INSTITUCIONAL NOS DOIS PRIMEIROS QUADRIMESTRES DOS ÚLTIMOS TRÊS ANOS QUE ANTECEDEM AS ELEIÇÕES

A Emenda Constitucional foi expressa ao dispor que se calcula pelos gastos LIQUIDADOS com publicidade institucional nos dois primeiros quadrimestres dos últimos três anos que antecedem as eleições.

Dois elementos que devem existir para estabelecer o valor que poderá ser despendido em publicidade institucional no primeiro semestre do ano eleitoral:

A) Que os trabalhos SEJAM REALIZADOS no primeiro semestre de cada um dos três anos que antecedem o ano eleitoral.
Que serviços são abrangidos: criação/produção/veiculação.
Art. 2º da Lei 12.232/2010.

B) Que os trabalhos REALIZADOS nesse período, sejam LIQUIDADOS igualmente no primeiro semestre de cada um dos três anos que antecedem o ano eleitoral.

O que é LIQUIDAÇÃO?
Art. 63 da Lei 4.320/64 que estatui normas de direito financeiro para a elaboração e o controle dos orçamentos da União, Estados, Municípios e do Distrito Federal, dispõe:

"A liquidação da despesa consiste na verificação do direito adquirido pelo credor tendo por base os títulos e documentos comprobatórios do respectivo crédito."

Conforme decisões de Tribunais Regionais Eleitorais e do próprio TSE, entende-se que a melhor interpretação d regra do artigo 73, VII da Lei 9.504/07, no que tange à definição, para fins eleitorais, do que sejam despesas com publicidade, é o de considerar o MOMENTO DA LIQUIDAÇÃO.

Para a lei eleitoral, não importa da quitação da despesa incorrida. Isso é questão de execução orçamentária e fiscal.

8) QUANTO SE PODE GASTAR EM PUBLICIDADE APÓS O ENCERRAMENTO DA ELEIÇÃO, DENTRO DO ANO CIVIL ?

9) PENALIDADES POR DESCUMPRIMENTO DAS REGRAS ACIMA:

A) Suspensão da publicidade;

B) Aplicação de multa aos responsáveis no valor de cinco mil a cem mil UFIR;

C) Se o agente público for candidato, ficará sujeito à cassação do registro ou do diploma;

D) Multa duplicada em caso de reincidência;

E) Caracterização de ato de improbidade administrativa, sujeito às penalizações específicas da Lei 8.429/92 (Lei de Improbidade Administrativa), tais como ressarcimento integral do dano, perda da função pública, suspensão dos direitos políticos de três a cinco anos, pagamento de multa civil de até cem vezes o valor da remuneração percebida pelo agente e proibição de contratar com o Poder Público ou receber benefícios ou incentivos fiscais ou creditícios, direta ou indiretamente, ainda que por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário, pelo prazo de três anos.

10) MATERIAIS DE MÍDIA EXTERIOR INSTALADOS ANTES DO PRAZO DE TRÊS MESES QUE ANTECEDEM AS ELEIÇÕES: PODEM OU NÃO PERMANECER FIXADOS APÓS ESSE PRAZO ?

11) COMPRA ANTECIPADA DE MÍDIA, AINDA NÃO UTILIZADA NOS DOIS QUADRIMESTRES DE CADA UM DOS TRÊS ANOS, ENTRA NA MÉDIA DAS DESPESAS DE PUBLICIDADE ?

12) CAMPANHA REALIZADA EM DEZEMBRO DE 2019 E LIQUIDADA EM JANEIRO DE 2020, ENTRA NA MÉDIA ?

13) PAGINA DO ORGÃO PÚBLICO EM MATERIAIS DIGITAIS, DEVE SER RETIRADA DO AR NO PERÍODO ELEITORAL, COMO O PRÓPRIO SITE, FAN PAGE NO FACEBOO, INSTAGRAM, ETC ?