

DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO

Publicado em: 29/06/2022 | Edição: 121-A | Seção: 1 - Extra A | Página: 1

Órgão: Ministério das Comunicações/Secretaria Especial de Comunicação Social

PORTARIA SECOM/MCOM Nº 5.973, DE 28 DE JUNHO DE 2022

Dispõe sobre a publicidade e o patrocínio dos órgãos e entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo federal - SICOM em ano eleitoral.

O SECRETÁRIO ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, no exercício da sua competência que lhe é conferida pelo art. 6º, inciso IV, do Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, e o art. 19, inciso V, do Decreto nº 10.747, de 13 de julho de 2021, resolve:

CAPÍTULO I

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º Dispor sobre a publicidade, contratada ou orgânica, e o patrocínio realizados pelos órgãos e entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo federal - SICOM em ano eleitoral.

Parágrafo único. 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, conforme disposição contida no §1º do art. 37 da Constituição Federal.

Art. 2º São vedadas aos agentes públicos as condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos nos pleitos eleitorais, conforme a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997.

Art. 3º Consideram-se para efeitos desta Portaria:

I - Período eleitoral ou período de defeso eleitoral: aquele cujo início se dá três meses antes do primeiro turno das eleições presidenciais, podendo estender-se até o segundo turno, quando houver;

II - Publicidade, patrocínio, promoção, comunicação digital, relações com a imprensa e relações públicas: compreendem as áreas da comunicação, nos termos do art. 3º do Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008 e conceituadas na Portaria MCOM nº 3.948, de 26 de outubro de 2021;

III - publicidade de utilidade pública, publicidade institucional, publicidade mercadológica e publicidade legal: compreendem as classificações da área da publicidade, no tocante à política de comunicação social, conforme estabelecido no art. 3º, inciso V, alíneas "a" a "d", do Decreto nº 6.555, de 2008 e conceituadas na Portaria MCOM nº 3.948, de 2021;

IV - Peças e materiais de publicidade: os produtos isolados de uma ação publicitária ou integrantes de uma campanha;

V - Canais digitais: os portais e sítios dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal na internet, seus perfis em redes sociais e os aplicativos móveis e dispositivos digitais que contenham informações institucionais, notícias ou prestação de serviços do Governo Federal;

VI - Placas de obras ou de projetos de obras: os painéis, outdoors, adesivos, tapumes e quaisquer outras formas de sinalização que cumpram função de identificar ou divulgar obras e projetos de obras de que participe a União, direta ou indiretamente;

VII - marca: a representação simbólica, sinal, signo, símbolo ou ícone, desenho, logotipo ou qualquer representação gráfica por meio da qual um órgão ou entidade comunica sua missão, seu posicionamento, uma meta ou um diferencial oferecido à sociedade e aos públicos de relacionamento;

VIII - marca do Governo Federal: a representação gráfica constituída de elementos impessoais expressivos da identidade do Governo Federal, cuja aplicação está disciplinada no Manual de Uso da Marca do Governo Federal, disponível no sítio da Secretaria Especial de Comunicação Social; e

IX - Assinatura do Governo Federal: a chancela nas ações de comunicação para indicar a autoria nas mensagens transmitidas, promover a transparência da comunicação de governo e o controle social quanto ao uso de recursos públicos, podendo ser utilizada a marca ou inscrição.

CAPÍTULO II

DOS LIMITES DE DESPESAS COM PUBLICIDADE E PATROCÍNIO EM ANO ELEITORAL

Art. 4º Conforme previsão do inciso XVI do art. 6º do Decreto nº 6.555, de 2008, compete à Secretaria Especial de Comunicação Social - SECOM disciplinar, em ano eleitoral, a gestão das despesas com:

I- A publicidade dos órgãos e entidades integrantes do SICOM, em observância ao limite disposto no art. 73, inciso VII, e § 14, da Lei nº 9.504, de 1997; e

II- A publicidade e o patrocínio das empresas públicas, sociedades de economia mista e suas subsidiárias, em observância ainda ao limite disposto no art. 93, §2º, da Lei nº 13.303, de 2016.

Art. 5º Serão consideradas apenas as despesas com publicidade e, se for o caso, com patrocínio, que foram efetivamente empenhadas e não canceladas, nos termos do que define o art. 58 da Lei nº 4.320, de 17 de março de 1964.

Art. 6º A Secretaria Especial de Comunicação Social observará um limite global de despesas empenhadas e não canceladas com a publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, que abrangerá a atuação de todos os órgãos e entidades integrantes do SICOM.

Art. 7º O limite global anual das empresas públicas, sociedades de economia mista e suas subsidiárias, abrangerá as despesas empenhadas e não canceladas com publicidade e patrocínio.

Art. 8º A Secretaria Especial de Comunicação Social fixará os limites específicos de cada integrante do SICOM, tendo por base o disposto nos artigos 6º e 7º, levando em conta, ainda, as seguintes questões:

I - A existência de contrato vigente de serviços de publicidade no órgão ou entidade integrante do SICOM;

II - O histórico de execução do Plano Anual de Comunicação realizado pelo órgão ou entidade integrante do SICOM;

III - A relevância da divulgação do objeto de atuação de cada órgão ou entidade integrante do SICOM para a sociedade;

IV - O orçamento de publicidade e, se for o caso, de patrocínio do órgão ou entidade integrante do SICOM;

V - Observância aos princípios da razoabilidade e proporcionalidade; e

VI - Necessidades de comunicação do Governo Federal.

Art. 9º Os limites estabelecidos pela Secretaria Especial de Comunicação Social deverão ser rigorosamente observados pelos órgãos e entidades integrantes do SICOM.

Art. 10. O órgão ou entidade integrante do SICOM que necessite de um limite maior ao estabelecido para as despesas com publicidade e, se for o caso, com patrocínio, encaminhará seu pedido à Secretaria Especial de Comunicação Social, que poderá dar autorização expressa, gerando novo limite, consideradas a disponibilidade, a conveniência e oportunidade para a comunicação de governo.

Seção I

Do procedimento de informação de despesas empenhadas e não canceladas à Secretaria Especial de Comunicação Social em cada exercício

Art. 11. Os órgãos e entidades integrantes do SICOM informarão à Secretaria Especial de Comunicação Social, anualmente, até 20 de janeiro, as despesas com publicidade e/ou patrocínio empenhadas e não canceladas no exercício anterior, que serão utilizadas para subsidiar o estabelecimento do limite de despesas com publicidade e/ou patrocínio no ano eleitoral.

Parágrafo único. Aplica-se às empresas públicas, sociedades de economia mista e suas subsidiárias o disposto no caput e, as quais informarão, além das despesas empenhadas e não canceladas com publicidade, as relacionadas com ações de patrocínio.

Art. 12. No ano de eleição para cargos públicos na esfera administrativa federal, serão informados à Secretaria Especial de Comunicação Social, também, os valores totais dos gastos com publicidade, empenhados e não cancelados, dos três últimos anos, os quais deverão ser reajustados pelo IPCA, aferido pela Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, ou outro índice que venha a substituí-lo, a partir da data em que foram empenhados, de acordo com o disposto no art. 73, § 14, da Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997, discriminados mês a mês, no respectivo exercício.

§1º Nos valores totais informados à Secretaria Especial de Comunicação Social, serão computadas as despesas empenhadas e não canceladas com:

- I - Publicidade institucional;
- II - Publicidade de utilidade pública;
- III - Publicidade mercadológica; e
- IV - Publicidade de produtos e serviços que não tenham concorrência no mercado.

§2º Não deverão ser computadas no total informado à Secretaria Especial de Comunicação Social as despesas com:

- I - Publicidade legal;
- II - Publicidade realizada no país para públicos constituídos de estrangeiros; e
- III - Publicidade realizada no exterior para promover produtos e serviços brasileiros, junto a públicos estrangeiros.

Art. 13. Os órgãos e entidades integrantes do SICOM informarão todos os valores envolvidos na realização da ação de publicidade, tais como:

- I - A compra de espaço e/ou tempo publicitário para veiculação, exibição ou exposição de peça e/ou material de publicidade;
- II - A produção de peças e/ou materiais de publicidade;
- III - A produção de outros serviços publicitários realizados por fornecedores especializados;
- IV - Os valores destinados ao ressarcimento de custos internos de agência de propaganda; e
- V - Os honorários pagos às agências de propaganda.

Parágrafo único. Não serão considerados os valores relativos à reversão de parcela do desconto-padrão concedido pelos veículos de comunicação e divulgação a órgão ou entidade anunciante, sob a forma de desconto, nos casos de ações publicitárias que proporcionam o desconto padrão de agência, conforme termos do item 6.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, do Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP.

Art. 14. Somente o órgão ou entidade integrante do SICOM, executante da ação publicitária, prestará informações à Secretaria Especial de Comunicação Social, para fins de descentralização orçamentária de crédito, observadas as seguintes regras:

- I - Se a ação publicitária foi executada apenas com o crédito orçamentário descentralizado, será informado o valor utilizado, com indicação do órgão descentralizador; e
- II - Se a ação publicitária foi executada com o crédito orçamentário descentralizado e alguma parcela do orçamento do órgão executante, serão informados ambos os valores utilizados, com indicação das respectivas procedências.

Parágrafo único. O órgão ou entidade integrante do SICOM que atue como descentralizador de crédito orçamentário informará apenas os valores envolvidos nas ações publicitárias por ele executadas.

Art. 15. Serão informados à Secretaria Especial de Comunicação Social, os valores empenhados e não cancelados com ações de patrocínio executados no respectivo exercício, discriminando-se os totais por ano, mês a mês, não sendo necessária a descrição da destinação ou justificativa.

Seção II

Do procedimento de informação de despesas empenhadas e não canceladas em ano eleitoral à Secretaria Especial de Comunicação Social

Art. 16. No ano de eleição para cargos públicos na esfera administrativa federal, serão encaminhadas, mensalmente, à Secretaria Especial de Comunicação Social, as informações relativas às despesas empenhadas e não canceladas com publicidade e, se for o caso, com patrocínio, efetuadas até 30 de junho, com vistas a subsidiar resposta aos requerimentos de informação, decorrentes do disposto na alínea "a" do inciso I do art. 22 da Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990.

Parágrafo único. As empresas públicas, sociedades de economia mista e suas subsidiárias, além do previsto no caput, deverão encaminhar mensalmente, em ano eleitoral para cargos na esfera administrativa federal, as informações relativas às despesas empenhadas e não canceladas com publicidade e, se for o caso, com patrocínio, efetuadas até 31 de dezembro.

Art. 17. Não serão consideradas, para fins do disposto na legislação eleitoral e, adicionalmente, na Seção I desta Portaria, as despesas com:

I - a produção de peça e/ou material de publicidade, cuja veiculação, exibição, exposição ou distribuição será realizada somente após as eleições; e

II - as ações publicitárias de utilidade pública, realizadas no período eleitoral, com autorização da Justiça Eleitoral.

Parágrafo único. O inciso I não se aplica às empresas públicas, sociedades de economia mista e suas subsidiárias, em razão do disposto no art. 93, §2º, da Lei nº 13.303, de 2016.

Art. 18. O órgão ou entidade integrante do SICOM será responsável pela exatidão das informações prestadas à Secretaria Especial de Comunicação Social, dispostas nos arts. 11 e 16, razão pela qual serão mantidos os registros relativos aos levantamentos realizados, com vistas a subsidiar eventual prestação de contas aos órgãos de controle interno, externo e à Justiça Eleitoral.

Parágrafo único. As informações das despesas empenhadas e não canceladas com publicidade e com patrocínio serão formalizadas por meio de sistema informatizado ou, se for o caso, por correspondência eletrônica encaminhada à Secretaria Especial de Comunicação Social.

CAPÍTULO III

DA COMUNICAÇÃO EM ANO ELEITORAL

Seção I

Da suspensão da publicidade

Art. 19. Ficam suspensas, durante o período de defeso eleitoral, a veiculação, a exibição, a exposição ou a distribuição de peças e/ou materiais de publicidade, contratados ou orgânicos, sujeitos ao controle da legislação eleitoral, mesmo que os pagamentos relacionados tenham ocorrido em exercícios anteriores ao período eleitoral.

Art. 20. Compreende-se como publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, para os fins dispostos nesta Portaria, as espécies abaixo descritas:

I - A publicidade institucional, contratada ou orgânica;

II - A publicidade de utilidade pública; e

III - A publicidade mercadológica de produtos e serviços que não tenham concorrência no mercado.

Art. 21. Não se incluem no âmbito da publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral as ações publicitárias referentes à:

I - Publicidade legal;

II - Publicidade de utilidade pública reconhecida como de grave e urgente necessidade pública reconhecida pela Justiça Eleitoral;

III - publicidade destinada a público constituído por estrangeiros, realizada no país ou no exterior; e

IV - Publicidade mercadológica de produtos ou serviços que tenham concorrência no mercado.

Parágrafo único. A publicação de atos oficiais ou meramente administrativos não caracterizará publicidade institucional, por não apresentar conotação eleitoral.

Art. 22. O órgão ou entidade integrante do SICOM deverá suspender, antes do início do período de defeso eleitoral, a publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral que esteja sendo veiculada nos meios de comunicação e divulgação, em decorrência de termos de contrato, convênios, parcerias ou ajustes similares com ele firmados e obter a comprovação inequívoca de que solicitou tal providência.

§1º Os órgãos e entidades integrantes do SICOM formalizarão às empresas de comunicação contratadas, previamente ao início do período de defeso eleitoral, acerca da necessidade de suspensão da publicidade de que trata o art. 20.

§2º Caberá ao órgão ou entidade integrante do SICOM manter registros claros das providências de que trata o parágrafo anterior e de que a publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral foi veiculada, exibida, exposta ou distribuída antes do período eleitoral para, se necessário, apresentar prova junto à Justiça Eleitoral.

Seção II

Da suspensão da publicidade em canais digitais

Art. 23. O órgão e entidade integrante do SICOM arquivará ou ocultará de seus canais digitais, antes do início do período de defeso eleitoral, toda e qualquer publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, nos termos dos arts. 20 e 21, tais como filmes, vinhetas, vídeos, anúncios, painéis, banners, posts, marcas, slogans e qualquer conteúdo de natureza similar.

§1º As disposições contidas no caput aplicam-se à publicidade, contratada ou orgânica, do órgão e entidade integrante do SICOM em canais digitais de terceiros, em decorrência de termos de contrato, convênios, parcerias ou ajustes similares, com ele, firmados.

§2º Os órgãos e entidades integrantes do SICOM formalizarão às empresas de comunicação enquadradas nas disposições contidas no caput e no §1º, previamente ao início do período de defeso eleitoral, acerca da necessidade de suspensão da publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral.

§3º Caberá ao órgão e entidade integrante do SICOM guardar a 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 de defeso eleitoral para, se necessário, apresentar prova junto à Justiça Eleitoral.

Art. 24. Cabe aos órgãos e entidades integrantes do SICOM zelar pelos conteúdos divulgados em seus canais 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.

Parágrafo único. As providências e os cuidados dispostos neste artigo abrangerão os links disponibilizados nos canais digitais dos órgãos e entidades integrantes do SICOM, que poderão direcionar, indevidamente, os usuários para sítios de terceiros que promovam candidatos, configurando violação ao art. 57-C, §1º, inciso II, da Lei nº 9.504, de 1997, mesmo que não haja a veiculação, exibição ou exposição de peça publicitária em si.

Seção III

Da promoção e do patrocínio

Art. 25. As ações promocionais e de patrocínio não estão abrangidas pela vedação prevista no art. 20.

Parágrafo único. Fica vedada, durante o período de defeso eleitoral, a contratação de espetáculos artísticos para inauguração de obras ou lançamento de serviços, pagos com recursos públicos, nos termos do art. 75 da Lei nº 9.504, de 1997.

Art. 26. Também não estão sujeitos ao controle da legislação eleitoral:

I - A mera divulgação da marca do integrante do SICOM, por iniciativa de terceiros como contrapartida do patrocínio recebido;

II - As despesas com a manutenção de centros culturais e desportivos; e

III - O apoio financeiro e fomento de atividades culturais, artísticas, científicas, modalidades esportivas e atletas.

Parágrafo único. O órgão ou entidade integrante do SICOM não poderá fazer o uso da assinatura e/ou da marca do Governo Federal, nas ações previstas no caput, durante o período eleitoral, de modo a não caracterizar irregularidades e/ou ato promocional de governo e/ou determinada gestão.

Art. 27. Cabe ao órgão ou entidade integrante do SICOM zelar por suas ações promocionais e de patrocínio, cuja natureza esteja alinhada, por analogia, ao disposto no art. 20, no sentido de evitar que, por meio delas, a vontade do eleitor seja influenciada por plataformas ou projetos de candidatos.

Seção IV

Das relações com a imprensa

Art. 28. Os órgãos e entidades integrantes do SICOM poderão disponibilizar, nas relações com a imprensa, releases aos veículos e profissionais de comunicação, inclusive em áreas de livre acesso de seus canais digitais, observadas as vedações de conteúdo dispostas nesta Portaria.

§1º Os órgãos e entidades integrantes do SICOM evitarão em seus releases conteúdos ou análises que envolvam emissão de juízo de valor referentes às ações, políticas públicas e programas sociais, bem como comparações entre diferentes gestões de governo.

§2º Os releases dos órgãos e entidades integrantes do SICOM, destinados aos veículos e profissionais de comunicação, evidenciarão informações de interesse direto do cidadão vinculadas à prestação de serviços públicos, observadas as vedações de conteúdo dispostas nesta Portaria.

Seção V

Dos conteúdos noticiosos

Art. 29. No período de defeso eleitoral, os órgãos e entidades integrantes do SICOM poderão veicular e/ou exibir conteúdos noticiosos, desde que observados os limites da informação jornalística, com vistas a dar conhecimento ao público das ações de governo, sem menção a circunstâncias eleitorais, evitando-se nomes de agentes públicos.

Seção VI

Dos pronunciamentos de autoridades

Art. 30. Fica vedada, no período de defeso eleitoral, a veiculação ou exibição de discursos, entrevistas ou qualquer tipo de pronunciamento de autoridade que seja candidata a cargo político nas eleições, nos canais dos órgãos e entidades integrantes do SICOM.

Parágrafo único. Os pronunciamentos das referidas autoridades, veiculados ou exibidos antes do período de defeso eleitoral, nos canais digitais, deverão ser temporariamente arquivados ou ocultados.

Art. 31. Não configura publicidade institucional a entrevista de autoridade do SICOM, com vistas a dar conhecimento ao público de determinada atividade de governo, desde que observe os limites da informação jornalística, sem que haja conotação política ou ideológica, promoção pessoal ou referência às eleições.

Art. 32. Fica vedado no período de defeso eleitoral a realização de pronunciamentos em cadeia de rádio e televisão, fora do horário eleitoral gratuito, salvo quando, a critério da Justiça Eleitoral, tratar-se de matéria urgente, relevante e característica das funções de governo, nos termos do art. 73, inciso VI, alínea "c", da Lei nº 9.504, de 1997.

Seção VII

Das postagens em redes sociais

Art. 33. Poderão ser divulgadas ou exibidas postagens nos perfis em redes sociais dos órgãos e entidades integrantes do SICOM, durante o período de defeso eleitoral, desde que estas não se enquadrem nas limitações impostas à publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral.

Art. 34. As postagens anteriores ao período de defeso eleitoral que possuam conteúdos sujeitos ao controle da legislação eleitoral deverão ser arquivadas ou ocultadas do perfil, durante o período eleitoral.

§1º Caso o órgão/entidade opte por desativar/suspender, temporariamente, o perfil oficial, os órgãos e entidades do SICOM deverão criar um novo perfil temporário na plataforma para utilização durante o período de defeso eleitoral.

§ 2º Após o período de defeso eleitoral, os órgãos e entidades do SICOM que tenham optado por desativar/suspender temporariamente os perfis oficiais, deverão retomar as atividades nos perfis que foram temporariamente desativados, de modo a garantir o histórico de publicações e realizações do órgão/entidade.

Art. 35. Os conteúdos das postagens nos perfis de programas de governo nas redes sociais restringir-se-ão à prestação de serviços ao cidadão, com caráter educativo, informativo ou de orientação social, observados os arts. 20 e 21 e os dispositivos do Capítulo IV.

Seção VIII

Da suspensão de interatividade

Art. 36. As áreas para comentários e para interatividade com o público nos canais digitais dos órgãos e entidades integrantes do SICOM serão, por medida de cautela, suspensas durante o período eleitoral, ressalvadas as exceções previstas no §2º deste artigo.

§1º Os órgãos e entidades integrantes do SICOM divulgarão nota explicativa em seus canais digitais, conforme modelo disposto no título I do Anexo, com vistas a justificar a medida para a sociedade.

§2º A suspensão prevista neste artigo 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 integrante do SICOM que, nesses casos, deverá intensificar os trabalhos de moderação e intervenção nos comentários, com vistas a inibir aqueles que desrespeitem a legislação e as decisões da justiça eleitoral.

Art. 37. Nos perfis em redes sociais em que não seja possível a suspensão da área de comentários e interatividade, os órgãos e entidades integrantes do SICOM vedarão a inclusão de postagens que contenham termos que possam caracterizar propaganda eleitoral, ou afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos nos pleitos eleitorais.

§1º Os comentários, eventualmente permitidos, nas redes sociais do órgão/entidade deverão ser cuidadosamente moderados, devendo ser excluídos aqueles de cunho eleitoral, eventualmente não filtrados pelos mecanismos automáticos de vedação.

§2º As diretrizes de moderação em período eleitoral deverão ser divulgadas pelos órgãos e entidades integrantes do SICOM nos "termos de uso" da rede social e por meio de nota explicativa, conforme modelo disposto no título II do Anexo.

Seção IX

Dos bancos de imagens e acervos

Art. 38. Os bancos de imagens relativos a fotos, arquivos de vídeo e infográficos, bem como os acervos digitais de campanhas publicitárias existentes nos canais digitais dos órgãos e entidades integrantes do SICOM, que se caracterizem como publicidade institucional e, portanto, sujeitas à legislação eleitoral, deverão ser arquivados ou ocultados.

Seção X

Do uso da marca do Governo Federal

Art. 39. Fica suspensa, durante o período eleitoral, toda e qualquer forma de divulgação da marca do Governo Federal, na publicidade ou em qualquer ação ou produto de comunicação.

§1º A suspensão de que trata o caput deste artigo se estende à aplicação da marca do Governo Federal em qualquer suporte ou plataforma utilizados como meio de divulgação.

§2º Considera-se para fins da presente suspensão, a marca do Governo Federal, vigente ou anterior, aprovada e publicada em manual no sítio da Secretaria Especial de Comunicação Social na internet e as marcas de programas, de campanhas, de ações e de eventos, ou mesmo, os slogans ou qualquer elemento que possa constituir sinal distintivo da publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral.

§ 3º As publicações eletrônicas em sítios oficiais como revistas eletrônicas, periódicos técnico-científicos, relatórios setoriais ou de temática estratégica, cursos, vídeo-aulas e similares que, por seu caráter técnico, de prestação de contas ou educativos, necessitem permanecer acessíveis aos cidadãos, que tenham sido emitidas com a marca do Governo, não precisarão ter a referida marca ou o documento apagados, desde que se enquadrem nas seguintes condições:

I- Tenham caráter e conteúdo, inequivocadamente, técnico, informativo e/ou educativo;

II- Respeitem o princípio da impessoalidade e não afetem a igualdade de oportunidades entre candidatos nos pleitos eleitorais;

III- tenham sido produzidos e publicados antes do início do período eleitoral;

IV- A operação de retirada da marca do Governo se mostre antieconômica e atentatória ao princípio da economicidade; e

V- Durante o período eleitoral sejam retiradas de toda e qualquer posição de evidência e seja posicionada em local sem acesso privilegiado no sítio oficial do órgão/entidade responsável pelo conteúdo, de modo a atender os princípios da Lei Eleitoral bem como ao direito de informação do cidadão.

Seção XI

Das placas de obras no período eleitoral

Art. 40. As placas de obras ou de projetos de obras de que participe a União, direta ou indiretamente, serão alteradas para exposição durante o período eleitoral.

Art. 41. A retirada da placa de obra ou de projeto de obra, como alternativa ao disposto no artigo anterior, não se aplica nos casos de divulgação obrigatória, disposta no art. 16 da Lei nº 5.194, de 24 de dezembro de 1966, do art. 14 da Lei nº 12.378, de 31 de dezembro de 2010, ou de outras normas correlatas, devendo atentar para a suspensão da marca e assinatura do Governo Federal.

Art. 42. A ocultação tempestiva das expressões, marcas e símbolos vedados, nos termos do art. 43, compete aos:

I - Respectivos órgãos e entidades integrantes do SICOM, nos casos em que a placa tenha sido instalada por agentes da administração direta ou indireta; e

II - Respectivos entes públicos ou privados, em decorrência de termos de contrato, convênios, parcerias ou de ajustes similares firmados com o órgão ou entidade integrante do SICOM, a partir de demanda formal do órgão ou entidade responsável.

Parágrafo único. Nos casos descritos no inciso II, o órgão ou entidade integrante do SICOM certificar-se-á de que sua solicitação foi devidamente atendida e guardará a comprovação inequívoca de que demandou tais providências para, caso necessário, apresentar prova junto à Justiça Eleitoral.

Art. 43. A manutenção de placas de obras ou de projetos de obras instaladas anteriormente ao período eleitoral configura propaganda institucional vedada, se delas constarem expressões ou imagens que possam identificar autoridade, servidores ou administrações que estejam em disputa eleitoral.

Seção XII

Da suspensão da assinatura e da marca do Governo Federal em canais digitais

Art. 44. Durante o período eleitoral a assinatura e a marca do Governo Federal serão retiradas pelos órgãos e entidades integrantes do SICOM de seus canais digitais, tais como portais, sítios na internet e perfis em redes sociais.

Art. 45. Cumpre ao órgão ou entidade integrante do SICOM demandar, formal e tempestivamente, a retirada da assinatura e da marca do Governo Federal que esteja presente em canais digitais de outros entes públicos ou privados, em decorrência de termos de contrato, convênios, parcerias

ou de ajustes similares firmados.

Parágrafo único. Para fins do disposto no caput, o órgão ou entidade certificar-se-á de que sua solicitação foi devidamente atendida e guardará comprovação inequívoca de que demandou tais providências para, se necessário, apresentar prova junto à Justiça Eleitoral.

CAPÍTULO IV

DOS PEDIDOS DE AUTORIZAÇÃO À JUSTIÇA ELEITORAL

Art. 46. A publicidade submetida ao controle da legislação eleitoral que, a juízo dos órgãos e entidades integrantes do SICOM, possa ser reconhecida como de grave e urgente necessidade pública, para fins de veiculação, exibição, exposição ou distribuição durante o período de defeso eleitoral, será apresentada à Secretaria Especial de Comunicação Social, com pedido de encaminhamento à Justiça Eleitoral para autorização de sua realização.

Art. 47. Os pedidos de encaminhamento à Justiça Eleitoral, enviados à Secretaria Especial de Comunicação Social, deverão estar acompanhados:

I - De informações que demonstrem, de forma clara e objetiva, a grave e urgente necessidade pública da ação de publicidade a ser realizada;

II - Das respectivas peças e/ou materiais publicitários, em duas vias, sob a forma de roteiro, storyboard, leiaute, 'boneca' ou leiaute montado, 'monstro' ou leiaute eletrônico, storyboard animado ou animatic, ou, quando for o caso, de exemplar da peça ou material.

III - Da petição, conforme modelo emitido pela Secretaria Especial de Comunicação Social, como documento inicial de consulta ao TSE.

Art. 48. As peças e/ou materiais publicitários serão veiculados, exibidos, expostos ou distribuídos na forma aprovada pela Justiça Eleitoral.

Art. 49. Também estão sujeitos à regra deste capítulo os textos para pronunciamentos em cadeias de rádio e televisão, observado o art. 32 da presente Portaria.

CAPÍTULO VI

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 50. Esta Portaria entra em vigor na data da sua publicação.

Art. 51. Fica revogada a Instrução Normativa nº 1, de 11 de abril de 2018

ANEXO I

MODELOS DE NOTAS EXPLICATIVAS

I - Suspensão de interatividade nos canais digitais:

Caro leitor / internauta,

O espaço para comentários deste canal está temporariamente desabilitado, por medida de cautela, em observância à legislação eleitoral.

A suspensão permanecerá até o final do primeiro, ou segundo turno das eleições gerais, se for o caso. Durante esse período, os pedidos de informações poderão ser encaminhados para o canal

----- ou para o Serviço de Informação ao Cidadão - SIC desta Pasta.

órgão/entidade

II - Diretrizes de moderação em período eleitoral:

Caro leitor / internauta,

O espaço para comentários deste canal foi adaptado, por cautela, em observância à legislação eleitoral.

Serão moderados e passíveis de não publicação e/ou exclusão os comentários de cunho eleitoral, que contenham termos que possam afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos nos pleitos eleitorais, 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 palavras-chave, tais como eleições, segundo turno ou outras nomenclaturas dessa espécie.

Essa restrição permanecerá até o final do primeiro, ou segundo turno das eleições gerais, se for o caso.

órgão/entidade

ANDRÉ DE SOUSA COSTA

Este conteúdo não substitui o publicado na versão certificada.