**Publicidade Institucional - Roteiro**

Classe Divulgação da Informação.

Ordens – (1) Publicidade. (2) Propaganda.

Famílias: (1) propaganda política. (2...) (comercial, etc.).

Gêneros da Propaganda Política: (1) Propaganda partidária (2) propaganda eleitoral. (3) propaganda intrapartidária; e (4) propaganda antecipada.

Espécies de Propaganda eleitoral: (1..) propagandas lícitas (horário eleitoral, adesivos, cartazes, internet, etc...).

Publicidade – é o ato de tornar pública determinada informação, sem a pretensão de persuadir o destinatário. Ainda que o receptor da publicidade possa ser influenciado pelo dado divulgado, não há o patrocínio ostensivo do informante e, em muitos casos, sequer é possível identificá-lo.

Propaganda – é o esforço de comunicação que visa influenciar o comportamento do consumidor em relação à pessoa ou bem divulgado. Ela pode propositiva ou positiva, quando se pretende beneficiar o objeto anunciado ou negativo, hipótese na qual a pretensão ocorre no sentido de afastar a opção do destinatário em relação ao produto anunciado.

Propaganda Política – é o uso de meios e técnicas de persuasão para, por meio da divulgação de mensagem, influenciar a postura do cidadão diante de tema ou questão relacionada com as atividades de condução do estado.

Propaganda Partidária – é o uso de meios e técnicas de convicção que visam afastar ou atrair o cidadão em relação a determinado partido político, seja para a ele se unir, seja para apoiar as posições e propostas defendidas pela agremiação.

Propaganda Interpartidária – é o uso de meios e técnicas, no âmbito interno do partido político, com o propósito de influenciar os filiados a adotaram determinada postura nos processos internos de votação.

Propaganda Eleitoral – é o uso de meios e técnicas com o propósito de influenciar o eleitor para que ele escolha ou deixe de escolher determinada pessoa que, em seu nome, exercerá o poder em uma democracia representativa.

Constituição:

Art. 37, § 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.

* Não existe **propaganda institucional**, mas sim **publicidade institucional**, para divulgação de dados estatais de forma neutra.

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:

I - 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;

c) fazer pronunciamento 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;

VII - realizar, no primeiro **semestre do ano de eleição**, despesas com publicidade dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, que excedam a média dos gastos no primeiro semestre dos três últimos anos que antecedem o pleito;   (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)

§ 3º As vedações do inciso VI do *caput*, alíneas b e c, aplicam-se apenas aos agentes públicos das esferas administrativas cujos cargos estejam em disputa na eleição.

* ELEIÇÕES 2014. RECURSO ORDINÁRIO. AÇÃO DE INVESTIGAÇÃO JUDICIAL ELEITORAL. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL. GASTOS. GOVERNADOR E VICE-GOVERNADOR. CONDUTA VEDADA. ABUSO DO PODER POLÍTICO. USO INDEVIDO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL.

1. Veiculação do vídeo alusivo ao Programa de Alimentação Escolar e da logomarca governamental no canal GDF Dia a Dia, no YouTube, nos três meses que antecederam o pleito.

2. A condenação por prática de conduta vedada somente é possível quando há prova inconteste da veiculação de propaganda institucional, **paga com recursos públicos**, no período vedado.

3. Na espécie, o autor apresentou mera reprodução de suposta divulgação de propaganda institucional na internet, cuja prova obtida em serviço autônomo de armazenamento de dados não se presta a demonstrar a data da veiculação nem que o vídeo encartado aos autos teria sido pago com recursos públicos.

4. Os recursos merecem provimento neste ponto para afastar a infração ao art. 73, VI, b, da Lei 9.504/97 e as respectivas multas impostas aos recorrentes.

5. O fato de os representados não terem sido eleitos não impede que a Justiça Eleitoral examine e julgue ação de investigação judicial eleitoral na forma do art. 22 da LC 64/90. A aferição do abuso do poder econômico, político ou do uso indevido dos meios de comunicação social independe do resultado do pleito, devendo ser aferida de acordo com a gravidade da situação revelada pela prova dos autos.

6. A realização de propaganda institucional somente é admitida nos termos do art. 37, § 1º, da Constituição da República, sendo vedada a utilização de imagens ou símbolos que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores.

7. A adoção de nova logomarca do governo, criada com propósito específico de identificar determinada gestão, pode caracterizar espécie de promoção dos governantes.

8. A criação da nova logomarca, a publicidade realizada em desacordo com o comando constitucional para identificar atos de determinada gestão e a desproporcional concentração de gastos no primeiro semestre do ano da eleição configura abuso do poder político, com gravidade suficiente para atrair as sanções previstas no art. 22, XIV, da LC 64/90.

9. A utilização de dinheiro público para a veiculação de publicidade institucional que não cumpre os ditames do § 1º do art. 37 da Constituição Federal em período pré-eleitoral, que serve precipuamente para a autopromoção do governante, tem gravidade suficiente para atrair a sanção de inelegibilidade.

10. Não demonstrada a participação do candidato ao cargo de vice-governador nos ilícitos apurados, não é possível lhe impor inelegibilidade. Precedentes.

Recurso ordinário de Agnelo Santos Queiroz Filho provido, em parte, para afastar apenas a sanção de multa imposta pelo acórdão regional.

Recurso ordinário interposto por Nelson Tadeu Filippelli provido para afastar a sanção de multa e a declaração de inelegibilidade impostas pelo acórdão regional.

(Recurso Ordinário nº 138069, Acórdão, Relator(a) Min. Henrique Neves Da Silva, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Tomo 045, Data 07/03/2017, Página 36-37)

* *Há violação do dispositivo constitucional quando o objetivo da publicidade não é respeitado,* ***ainda que dela não constem elementos identificadores****, consoante definido pelo Supremo Tribunal Federal ao afirmar que a ausência de conteúdo educativo, informativo ou de orientação social que tivesse como alvo a utilidade da população pode, em si, caracterizar ofensa ao dispositivo constitucional, como se verifica do julgamento do o RE 208.114, da relatoria do Ministro Octávio Gallotti,*

*Publicidade de atos governamentais. Princípio da impessoalidade. Ad. 37, parágrafo 1°, da Constituição Federal. 1. O caput e o § 10 do art. 37 da Constituição Federal impedem que haja qualquer tipo de identificação entre a publicidade e os titulares dos cargos alcançando os partidos políticos a que pertençam.* ***O rigor do dispositivo constitucional que assegura o princípio da impessoalidade vincula a publicidade ao caráter educativo, informativo ou de orientação social é incompatível com a menção de nomes, símbolos ou imagens, aí incluídos slogans, que caracterizem promoção pessoal ou de servidores públicos.*** *A possibilidade de vinculação do conteúdo da divulgação com o partido político a que pertença o titular do cargo público mancha o princípio da impessoalidade e desnatura o caráter educativo, informativo ou de orientação que constam do comando posto pelo constituinte dos oitenta. Recurso extraordinário provido. (RE 1916-68, rei. Min. Menezes Direito, Primeira Turma, DJe de 30.5.2008.)*

* *ELEIÇÕES 2012. PREFEITO. CONDUTA VEDADA. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL. MÉDIA DE GASTOS. RECURSO ESPECIAL. PROVIMENTO. MAIORIA.*

*Afastada pela Corte Regional a prática de abuso de poder político, a mera aplicação de multa por violação à regra do art. 73, VII deve seguir a orientação da jurisprudência formada nos casos relativos ao pleito de 2012.*

*Agravo Regimental e recurso especial providos para afastar a multa imposta aos recorrentes. Votação por maioria.*

*(Recurso Especial Eleitoral nº 34625, Acórdão, Relator(a) Min. Gilmar Ferreira Mendes, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Tomo 39, Data 23/02/2017, Página 76-77)*

* *ELEIÇÕES 2014. AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. CONDUTA VEDADA. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL. OUTDOORS. PERÍODO PROIBIDO. APLICAÇÃO DE MULTA.*

*1. Se o Tribunal de origem concluiu que houve veiculação de propaganda institucional no período vedado, mediante afixação de outdoors contendo informações sobre obras e serviços da administração pública estadual, e que o chefe do Executivo estadual candidato à reeleição tinha ciência da publicidade, diante das peculiaridades do caso específico, a reforma do julgado demandaria o reexame de fatos e provas, providência vedada em sede extraordinária (Súmulas 7 do STJ e 279 do STF).*

*2.* ***A permanência de publicidade institucional durante o período vedado é suficiente para que se aplique a multa prevista no art.73, § 4º, da Lei nº 9.504/97, sendo irrelevante que a peça publicitária tenha sido autorizada e afixada em momento anterior. Precedentes.***

*3. Nos termos da jurisprudência desta Corte Superior e do art. 73, VI, b, da Lei das Eleições, o caráter eleitoreiro da publicidade institucional é irrelevante para a incidência da vedação legal.*

*4. Considerando-se o juízo acerca da gravidade da conduta, realizado pelo Tribunal de origem com base nas circunstâncias fáticas, não é possível afastar a aplicação da sanção pecuniária nem reduzi-la ao patamar mínimo legal. "A multa fixada dentro dos limites legais não ofende os princípios da proporcionalidade e da razoabilidade" (AgR-AI nº 314-54, rel. Min. Luciana Lóssio, DJE de 14.8.2014).*

*Agravo regimental ao qual se nega provimento.*

*(Recurso Especial Eleitoral nº 164177, Acórdão, Relator(a) Min. Henrique Neves Da Silva, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Data 13/05/2016, Página 74)*

* *ELEIÇÕES 2014. AGRAVOS REGIMENTAIS. RECURSOS ESPECIAIS. REPRESENTAÇÃO. CONDUTA VEDADA A AGENTE PÚBLICO. PERMANÊNCIA DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL NO PERÍODO VEDADO. ART. 73, VI, B, DA LEI Nº 9.504/97. DECISÃO REGIONAL. PROCEDÊNCIA PARCIAL. IMPOSIÇÃO. MULTA.*

*1. A permanência de publicidade institucional durante o período vedado é suficiente para que se aplique a multa prevista no art. 73, § 4º, da Lei nº 9.504/97, sendo irrelevante que a peça publicitária tenha sido autorizada e afixada em momento anterior. Precedentes.*

*2. Nos termos da jurisprudência desta Corte Superior e do art. 73, VI, b, da Lei das Eleições, o caráter eleitoreiro da publicidade institucional é irrelevante para a incidência da vedação legal.*

*3. Para a configuração do ilícito previsto no art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/97, é desnecessária a existência de provas de que o chefe do Poder Executivo tenha autorizado a publicidade institucional divulgada no período vedado, uma vez que dela auferiram benefícios os candidatos aos cargos de governador e vice-governador, em campanha de reeleição, evidenciando-se, das premissas do acórdão recorrido, o conhecimento do fato apurado. Precedentes: REspe nº 334-59, rel. Min. Henrique Neves da Silva, DJe de 27.5.2015; AgR-REspe nº 590-30, rel. Min. Luciana Lóssio, DJe de 24.11.2015; REspe nº 408-71, red. para o acórdão Min. Marco Aurélio, DJe de 11.10.2013; e AgR-REspe nº 355-90, rel. Min. Arnaldo Versiani, DJe de 24.5.2010.*

*4. "O art. 73, § 8º, da Lei nº 9.504/97 prevê a incidência da multa a partidos, coligações e candidatos que se beneficiarem das condutas vedadas" (AgR-RO nº 5163-38, rel. Min. Maria Thereza de Assis Moura, DJe de 2.12.2015).*

*5. Considerando-se o juízo acerca da relevância da conduta vedada, realizado pelo Tribunal de origem com base nas circunstâncias fáticas, não é possível afastar a aplicação da sanção pecuniária nem a reduzir ao patamar mínimo legal."A multa fixada dentro dos limites legais não ofende os princípios da proporcionalidade e da razoabilidade" (AgR-AI nº 314-54, rel. Min. Luciana Lóssio, DJe de 14.8.2014).*

*Agravos regimentais a que se nega provimento.*

*(Recurso Especial Eleitoral nº 145256, Acórdão, Relator(a) Min. Henrique Neves Da Silva)*

**Lei 9.504/97**

*Art. 36.  A propaganda eleitoral somente é permitida após o dia 15 de agosto do ano da eleição.*

***§ 1º Ao postulante a candidatura a cargo eletivo é permitida a realização, na quinzena anterior à escolha pelo partido, de propaganda intrapartidária com vista à indicação de seu nome, vedado o uso de rádio, televisão e outdoor.***

*§ 2º  Não será permitido qualquer tipo de propaganda política paga no rádio e na televisão.   (Redação dada pela Lei nº 13.487, de 2017)*

*Art. 36-A.* ***Não configuram propaganda eleitoral antecipada****, desde que não envolvam pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos e os seguintes atos, que poderão ter cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via internet:   (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)*

*I - a participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, observado pelas emissoras de rádio e de televisão o dever de conferir tratamento isonômico;   (Redação dada pela Lei nº 12.891, de 2013)*

*II - a realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, discussão de políticas públicas, planos de governo ou alianças partidárias visando às eleições, podendo tais atividades ser divulgadas pelos instrumentos de comunicação intrapartidária;   (Redação dada pela Lei nº 12.891, de 2013)*

*III - a realização de* ***prévias partidárias e a respectiva distribuição de material informativo****, a divulgação dos nomes dos filiados que participarão da disputa e a realização de debates entre os pré-candidatos;   (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)*

*IV - a divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se faça pedido de votos;   (Redação dada pela Lei nº 12.891, de 2013)*

*V - a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais;   (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)*

*VI - a realização, a expensas de partido político, de reuniões de iniciativa da sociedade civil, de veículo ou meio de comunicação ou do próprio partido, em qualquer localidade, para divulgar ideias, objetivos e propostas partidárias.   (Incluído pela Lei nº 13.165, de 2015)*

*VII - campanha de arrecadação prévia de recursos na modalidade prevista no inciso IV do § 4o do art. 23 desta Lei.   (Incluído dada pela Lei nº 13.488, de 2017)*

*§ 1o  É vedada a transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão das prévias partidárias, sem prejuízo da cobertura dos meios de comunicação social.   (Incluído pela Lei nº 13.165, de 2015)*

*§ 2o  Nas hipóteses dos incisos I a VI do* ***caput****, são permitidos o pedido de apoio político e a divulgação da pré-candidatura, das ações políticas desenvolvidas e das que se pretende desenvolver.   (Incluído pela Lei nº 13.165, de 2015)*

*§ 3o  O disposto no § 2o não se aplica aos profissionais de comunicação social no exercício da profissão.   (Incluído pela Lei nº 13.165, de 2015)*

*Art. 36-B.  Será considerada propaganda eleitoral antecipada a convocação, por parte do Presidente da República, dos Presidentes da Câmara dos Deputados, do Senado Federal e do Supremo Tribunal Federal, de redes de radiodifusão para divulgação de atos que denotem propaganda política ou ataques a partidos políticos e seus filiados ou instituições.   (Incluído pela Lei nº 12.891, de 2013)*

*Parágrafo único.  Nos casos permitidos de convocação das redes de radiodifusão, é vedada a utilização de símbolos ou imagens, exceto aqueles previstos no § 1o do art. 13 da Constituição Federal.   (Incluído pela Lei nº 12.891, de 2013)* ***a bandeira, o hino, as armas e o selo nacionais.***

* ELEIÇÕES 2010. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. PRONUNCIAMENTO OFICIAL EM CADEIA DE RÁDIO E TELEVISÃO. IMPROCEDÊNCIA. RECURSO A QUE SE NEGA PROVIMENTO.

1. Cabe ao representante trazer, na inicial, prova do prévio conhecimento do beneficiário ou afirmar que a constatação pode ser aferida a partir das circunstâncias. Inexistindo prova ou afirmação neste sentido, não se conhece da representação. Votação por maioria.

2. Propaganda "subliminar". Impropriedade do termo no presente caso. A percepção subliminar de uma propaganda é aquela que não pode ser alcançada pelos sentidos humanos. Mesmo que seja certa a possibilidade de percepção subliminar, o poder de persuasão subliminar não é pacificamente aceito pela comunidade científica internacional.

3. Significação implícita das palavras. A interpretação de texto não pode incidir em extrapolação, redução ou contradição e deve considerar o contexto e os pressupostos que decorrem diretamente do discurso.

4. Suposições e inferências que decorrem do universo cognitivo do destinatário do discurso não podem ser consideradas como elementos suficientes a atrair a sanção prevista em norma legal.

5. O Estado Democrático de Direito, tal como previsto no artigo 1º da Constituição da República, tem como fundamento o pluralismo político, que pressupõe o constante debate de ideias e críticas às decisões governamentais, além da defesa, pelo governante, de seus atos. A livre manifestação, ressalvado o anonimato, é garantida pelo inciso IV do art. 5º da Constituição da República.

6. Admitido, sem maior questionamento, que o método de gestão governamental pode ser livre e abertamente atacado, os mesmos princípios constitucionais que autorizam a crítica também permitem que o governante defenda as suas realizações e suas escolhas e preste contas de sua gestão à sociedade.

7. Ausência de elementos concretos para caracterizar a prática de propaganda eleitoral antecipada. Representação julgada improcedente.

8. Recursos aos quais é negado provimento.

(Representação nº 98951, Acórdão, Relator(a) Min. Henrique Neves Da Silva, Publicação: RJTSE - Revista de jurisprudência do TSE, Volume 21, Tomo 3, Data 17/06/2010, Página 118)