

A propaganda institucional em ano eleitoral é um tema que demanda grande atenção, especialmente quanto às vedações impostas à administração pública.

A principal norma que trata do assunto está no art. 73, VI, alínea "b" da legislação eleitoral, que proíbe, nos três meses que antecedem o pleito, a autorização de publicidade institucional de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, bem como das entidades da administração direta.

No entanto, essa vedação possui exceções, como a propaganda de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado, bem como a autorização excepcional da Justiça Eleitoral em casos de grave e urgente necessidade.

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

VI - nos três meses que antecedem o pleito: [...]

b) com exceção da propaganda de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado, autorizar publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral;

O verbo central dessa proibição é "autorizar", ou seja, durante esse período, a administração pública não pode conceder autorização para publicidade institucional.

Exceções

Contudo, há situações em que essa vedação não se aplica. Um exemplo clássico é o das faculdades municipais, que oferecem cursos em um mercado concorrencial com instituições privadas e outras públicas.

Assim, mesmo no período vedado, essas faculdades podem continuar a divulgar seus vestibulares e matrículas, pois se trata de um serviço concorrencialmente oferecido no mercado.

Outro exemplo relevante são empresas públicas que prestam serviços em concorrência com o setor privado. Nessas situações, a publicidade de tais serviços pode ocorrer normalmente, desde que não seja desvirtuada para fins eleitorais.

A fiscalização para evitar abusos e garantir que a propaganda não seja utilizada de forma indevida é uma preocupação constante.

Além da exceção referente à concorrência no mercado, há também a possibilidade de realização de campanhas institucionais desde que haja autorização da Justiça Eleitoral. Um caso típico é a realização de campanhas de saúde pública, como as de combate à dengue, que orientam a população sobre cuidados e serviços disponíveis.

Para isso, o município deve apresentar um pedido à Justiça Eleitoral, detalhando os materiais a serem utilizados, os valores envolvidos e os meios de comunicação empregados. A Justiça Eleitoral, então, analisará o pedido e poderá autorizar, negar ou solicitar ajustes antes da divulgação.

Relativização

É essencial estar atento a pegadinhas em questões sobre o tema, pois a vedação não é absoluta. Existem casos em que a propaganda institucional pode ocorrer no período proibido, desde que respeitados os critérios estabelecidos.

Um exemplo relevante é a publicidade de programas de refinanciamento de dívidas municipais, os chamados "refis". Embora não sejam sempre considerados de grave e urgente necessidade, a Justiça Eleitoral tem autorizado a divulgação dessas campanhas devido ao interesse público envolvido.

No entanto, a realização dessas propagandas deve evitar elementos que possam caracterizar promoção política, como o uso de cores associadas a campanhas eleitorais ou a presença de imagens de candidatos.

Circunscrição

Outro aspecto importante é que a vedação se aplica apenas aos entes que estão diretamente envolvidos na eleição em questão.

Em um ano de eleição municipal, apenas os municípios ficam proibidos de realizar propaganda institucional nos três meses que antecedem o pleito, enquanto Estados e a União não sofrem essa restrição.

Já em anos de eleição geral, para não comprometer a normalidade administrativa, a vedação se estende a todos os entes federativos.

Normas gerais

Além das regras específicas do período eleitoral, há normas gerais que devem ser observadas a qualquer tempo. O art. 37, §1º, da Constituição Federal estabelece que a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, sendo vedada a inclusão de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

O descumprimento dessa norma pode levar a processos por improbidade administrativa, uma vez que a impessoalidade é um dos princípios basilares da administração pública.

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

§ 1º A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Um exemplo de violação dessa norma ocorre quando um prefeito utiliza os perfis institucionais da prefeitura para divulgar constantemente sua própria imagem, registrando suas participações em eventos, visitas a obras e discursos.

Esse tipo de conduta configura um uso indevido da máquina pública para autopromoção e fere o princípio da impessoalidade, podendo gerar penalidades ao gestor.

Dessa forma, o cuidado com a propaganda institucional deve existir durante todo o mandato, mas se intensifica nos três meses que antecedem a eleição.

Durante esse período, a regra geral é a proibição da publicidade institucional, salvo nos casos expressamente permitidos e previamente autorizados pela Justiça Eleitoral.

O descumprimento dessas regras pode levar a sanções severas, incluindo ações por improbidade administrativa contra os gestores responsáveis.