

MANUAL DE COMUNICAÇÃO Eleições Municipais 2024



FECAM

Federação de Consórcios, Associações de Municípios
e Municípios de Santa Catarina

Legislação Eleitoral

A alínea “b” do inciso VI do artigo 73 da Lei Federal nº 9.504/1997 (Lei das Eleições) proíbe, a partir de 6 de julho até a eleição, veiculação de publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta (fundações municipais, por exemplo).
Justiça Eleitoral.

Exceções: (i) propaganda de produtos e serviços de estatais que tenham concorrência no mercado e (ii) caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral.

Nenhuma comunicação das Prefeituras Municipais realizada a partir do período referido deve fazer referência a nomes, slogans, expressões, símbolos ou imagens que permitam identificar autoridades, governos ou administrações, cujos cargos estejam em disputa na campanha eleitoral, ainda que a divulgação tenha sido autorizada em momento anterior. O uso de símbolos oficiais, não associados ao governo vigente, é permitido.

Redes Sociais

As redes associadas às Prefeituras Municipais devem ser preferencialmente desativadas, sendo essa a opção mais segura. Se forem mantidas, é necessário fazer uma varredura nas publicações, arquivando ou removendo todas que (i) possam de alguma forma serem entendidas como publicidade institucional e/ou (ii) que façam referência a nomes, slogans, expressões, símbolos ou imagens que permitam identificar autoridades, governos ou administrações, cujos cargos estejam em disputa na campanha eleitoral, ainda que a divulgação tenha sido autorizada em momento anterior.

Como medida estratégica, recomenda-se que se suspenda a maior parte das contas de redes sociais associadas à Prefeitura (secretarias, órgãos etc.), mantendo somente um ou dois perfis que concentrem comunicações essenciais ao usuário de serviço público, adotada forma de comunicação objetiva e impessoal, sem uso de linguagem publicitária, inclusive nos comentários e respostas.

Também é recomendável que a desativação das páginas seja precedida de aviso prévio sobre onde o usuário poderá buscar informações sobre serviços e atendimentos pertinentes ao órgão gerenciador da página.

Sites

Os sites das Prefeituras devem parar de veicular qualquer forma de publicidade institucional de natureza pública. Recomenda-se também que desativem a aba de notícias, deixando acessíveis ao usuário somente os serviços de interesse público, como processos administrativos, tributários e autorizativos.

Placas

As placas de obras públicas de caráter publicitário devem ser removidas ou cobertas, salvo aquelas que indicam informações legais (número do contrato, empresa responsável, fonte de recursos etc.), enquanto durarem as referidas obras.

Placas meramente informativas, sem recursos publicitários destacados, podem ser mantidas. Exemplo: indicação da entrada de um parque municipal.

TV, rádio, outdoor, busdoor e outras formas de publicidade

Todas as publicidades contratadas para TV, rádio, outdoor, busdoor ou veículos semelhantes devem ser suspensas, ainda que autorizadas em período anterior.

Release de imprensa

Releases de imprensa devem trazer somente informações imprescindíveis aos usuários acerca de serviços de interesse público, jamais enviando conteúdo que impliquem autopromoção de gestores, destacando entregas ou resultados.

Entrevistas de autoridades

As autoridades integrantes das Prefeituras podem dar entrevistas aos veículos de comunicação, contanto que se limitem a transmitir informações de interesse público, sem exaltarem entregas e resultados da gestão que participam.

E-mails

E-mails oficiais devem ser usados para fins institucionais, jamais veiculando propaganda eleitoral, ainda que indiretamente.

Questionamentos

Publicações antigas nos perfis da Prefeitura nas mídias sociais (Instagram, Facebook, X, LinkedIn, Tiktok) devo retirar/arquivar?

Pode arquivar, mas não é obrigatório. Arquivar ou retirar são opções mais seguras, porque evitam riscos.

Se for manter, é necessário fazer uma varredura nas publicações, arquivando ou removendo todas que (i) possam de alguma forma ser entendidas como publicidade institucional e/ou (ii) que façam referência a nomes, slogans, expressões, símbolos ou imagens que permitam identificar autoridades, governos ou administrações, cujos cargos estejam em disputa na campanha eleitoral, ainda que a divulgação tenha sido autorizada em momento anterior.

Como medida estratégica, recomenda-se que se suspenda a maior parte das contas de redes sociais associadas a Prefeitura (secretarias, órgãos etc.), mantendo somente um ou dois perfis que concentrem comunicações essenciais ao usuário de serviço público.

Essas comunicações devem se revestir de caráter objetivo e absolutamente impessoal, sem que seja feito qualquer artifício de linguagem publicitária, tampouco a utilização de material gráfico que remeta à identidade visual da administração municipal.

Cuidar para que as postagens anteriores sejam congeladas, de forma que não possam ser compartilhadas ou comentadas contemporaneamente.

Publicações de notícias antigas no site da Prefeitura, devo retirar?

Em relação aos sítios institucionais (páginas web), eles têm uma feição mais “estática” e permanente do que as demais mídias digitais (facebook, instagram, youtube, tiktok). Há precedentes que remontam às eleições de 2016 que ainda não foram revertidos integralmente que apontam a impossibilidade de manutenção destas notícias no sítio institucional do Município. Essa questão é ainda mais gravosa, quando essas notícias veiculem imagens das autoridades, material publicitário da prefeitura ou façam referência nominal aos gestores.

Neste ponto, recomendamos a adoção de uma **posição mais conservadora** e sugerimos a ocultação da aba de notícias e informações dos sítios institucionais.

A prefeitura fará eventos durante o período eleitoral, podemos usar a logo da Prefeitura como realizadora da ação?

Depende da natureza do evento. Se for evento festivo, eles podem ocorrer, mas sem a veiculação de apoio por parte da Prefeitura.

Isso não impede que estes eventos constem da agenda oficial do Município ou que venham a ser informados à imprensa através de releases elaborados pela equipe de comunicação do Município. Estas comunicações devem ser elaboradas com objetividade, impessoalidade e sem qualquer referência aos nomes dos gestores, a símbolo que

identifique a administração, ou ainda, à programas desenvolvidos pelo Município (p.ex, Operação Tapete Preto; Programa Mais Saúde do Município X).

Se for um evento de serviço público (castração de animais, p.ex.), pode ser informado de maneira objetiva e impessoal, sem uso de linguagem publicitária, pelos canais de comunicação da Prefeitura que forem mantidos durante o período.

Spots de rádio contratados pela saúde com o intuito de informar sobre os cuidados com a dengue, horário de postos de saúde, campanha de vacinação, podem continuar sendo contratados?

Não, devem ser integralmente suspensos. A informação pode ser disponibilizada de maneira objetiva e impessoal nos canais de comunicação oficiais da Prefeitura que continuarem ativos, sem uso de linguagem publicitária.

Caso ocorram situações que caracterizem “caso de grave e urgente necessidade pública”. O jurídico da prefeitura deve requerer expressamente ao Juiz Eleitoral com pedido exposto para autorização da veiculação da respectiva campanha publicitária.

Esse pedido deve estar instruído com elementos que comprovem esta situação anormal e com a explicação das ações de comunicação que pretendem ser desenvolvidas. Sem autorização judicial não é possível veicular nenhuma modalidade de campanha publicitária (ainda que de interesse público).

Sobre o valor que podemos gastar nos 6 primeiros meses de 2024, a média mensal permanece válida nos meses seguintes (julho, agosto, setembro...)? Por exemplo, minha média deu R\$ 200 mil para o primeiro semestre. Esses 200 mil são válidos até 30 de junho, e após isso posso investir mais, ou esses 200 mil valem até o final do período eleitoral?

Existem duas vedações distintas fixadas pela legislação eleitoral: (a) a proibição de veiculação de qualquer forma de publicidade institucional nos três meses que antecedem ao pleito eleitoral (6/7 a 6 ou 28/10); e (b) a proibição de que os gastos com publicidade institucional empenhados (e veiculados) no primeiro semestre excedam a média dos meses anteriores.

Portanto, após a data da realização das eleições, as ações de publicidade institucional podem ser retomadas normalmente (respeitando, sempre, o princípio da impessoalidade). E, a partir desta data, não existe qualquer vedação quanto aos valores a serem dispendidos durante esse período.

Posso manter um programa de rádio falando sobre o que acontece durante a semana no município?

Não, em nenhuma hipótese. Esta é uma ação de comunicação social que se inclui integralmente na vedação fixada pela legislação eleitoral.

O que posso e o que não posso postar nas redes sociais?

Somente informações imprescindíveis sobre serviços de interesse público, adotada forma de comunicação objetiva e impessoal, sem uso de linguagem publicitária ou referência a nomes, slogans, expressões, símbolos ou imagens que permitam identificar autoridades, governos ou administrações, cujos cargos estejam em disputa na campanha eleitoral, ainda que a divulgação tenha sido autorizada em momento anterior.

Desativando...após 06 de outubro.. é possível reabilitar o que estava postando até antes de 06 de julho?

Sim, no Instagram, você pode reativar ou desativar a criação de posts e reels a qualquer momento. Se você desativar essa função após uma data específica, como 06 de outubro, você poderá reabilitar a criação de posts e reels no futuro e continuar de onde parou.

Aqui estão os passos gerais para reabilitar a criação de posts e reels após desativá-los:

Abrir o Instagram: Abra o aplicativo do Instagram em seu dispositivo móvel.

Ir para Configurações: Toque no ícone do seu perfil para abrir seu perfil. Em seguida, toque no ícone de três linhas no canto superior direito para abrir o menu principal e selecione "Configurações".

Configurações de Conta: Dentro das configurações, selecione "Privacidade".

Ajustar Configurações: Procure por opções relacionadas à visibilidade e interação de posts e reels. Dependendo das suas configurações anteriores, você poderá reativar a criação de posts e reels aqui.

Reativar a Função: Encontre a opção para reativar a criação de posts e reels e ajuste conforme necessário para permitir a criação de novos conteúdos.

Certifique-se de revisar suas configurações de privacidade e segurança regularmente para garantir que elas estejam configuradas conforme suas necessidades, especialmente durante o período eleitoral.

Pensando nos municípios catarinenses, a FECAM elaborou este guia para ajudar no processo eleitoral. Acreditamos em uma eleição justa, clara, e boa para todos!

FECAM, fortalecer os municípios para fortalecer os catarinenses.