



Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação
Diretoria de Gestão, Articulação e Projetos Educacionais
Coordenação Geral de Infraestrutura Educacional
SBS Quadra 02 – Bloco F – Edifício FNDE - CEP: 70070-929
(61) 2022 4282/2022 4359 – FAX: 2022 4492

ORIENTAÇÕES Nº /2014 - CGEST/DIGAP/FNDE

Assunto: **Suspensão da publicidade dos órgãos e entidades no período eleitoral de 2014.**
Ref.: **Instrução Normativa nº 6, de 14 de março de 2014, DOU de 17/03/2014.**

Senhor (a) Prefeito (a),

1. A Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República editou norma regulamentando a suspensão de publicidade do governo federal durante o período de restrição imposto pela legislação eleitoral.
2. Com vistas a orientar as Prefeituras quanto aos procedimentos a serem observados durante o período eleitoral, o Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação resolve elencar as considerações a seguir sobre a Instrução Normativa 6/2014, aplicável a órgãos e entidades da administração federal, publicada no “*Diário Oficial da União*” de 17 de março de 2014, segunda-feira.
3. O período eleitoral considerado vai de 5 de julho a 5 de outubro deste ano. Nesse intervalo, ficará suspensa toda e qualquer forma de aplicação da marca “*Brasil. País rico é país sem pobreza*”, sendo que a referida suspensão “*se estende à divulgação dessa marca em quaisquer suportes utilizados como meios de divulgação*”, diz a IN.
4. Para tanto, as placas de projetos de obras ou de obras das quais participe a União, direta ou indiretamente, devem ser alteradas para exposição durante o período eleitoral, de modo a cobrir a marca.
5. A marca também deve ser retirada de portais na internet, de perfis nas redes sociais e de aplicativos, entre outros meios de divulgação. Numa ordem mais genérica, a IN manda suspender veiculação, distribuição, exibição e ou exposição ao público de peças e material de publicidade institucional.
6. Em uma Instrução Normativa mais antiga, o Planalto define como “*institucional*” a publicidade destinada a “*divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal*”, com o objetivo de “*valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas e de promover o Brasil no exterior*”.
7. Igualmente está sujeita à suspensão a publicidade de “*utilidade pública*”, assim entendida “*a que se destina a divulgar direitos, produtos e serviços colocados à disposição dos cidadãos, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para adotar comportamentos que lhe tragam benefícios individuais ou coletivos e que melhorem a sua qualidade de vida*”.
8. A restrição abrange ainda a “*publicidade de produtos e serviços que não tenham concorrência no mercado*”.



Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação
Diretoria de Gestão, Articulação e Projetos Educacionais
Coordenação Geral de Infraestrutura Educacional
SBS Quadra 02 – Bloco F – Edifício FNDE - CEP: 70070-929
(61) 2022 4282/2022 4359 – FAX: 2022 4492

9. Já produtos e serviços fornecidos por entidades da administração federal que tenham concorrência no mercado podem ser objeto de publicidade, pois não são alcançados pelas restrições da legislação eleitoral.

10. Fica liberada no período eleitoral a publicidade legal, destinada a “*dar conhecimento de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com o objetivo de atender a prescrições legais*”.

I. Das disposições preliminares

1. A suspensão da publicidade dos órgãos e entidades, no período eleitoral de 2014, obedecerá ao disposto na Instrução Normativa nº 6, de 14 de março de 2014.

2. Para os fins da referida Instrução Normativa, a publicidade submetida ao controle da legislação eleitoral compreende:

I - a Publicidade Institucional;

II - a Publicidade de Utilidade Pública;

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

3. Não se incluem no âmbito da publicidade submetida ao controle da legislação eleitoral as ações publicitárias referentes à:

I - Publicidade Legal;

II - publicidade de produtos ou serviços que tenham concorrência no mercado;

III - publicidade realizada no exterior e no País para público alvo constituído de estrangeiros.

4. Para os efeitos da referida Instrução Normativa consideram-se:

I - período eleitoral: aquele que **terá início em 5 de julho e término em 5 de outubro de 2014, mas poderá estender-se até 26 de outubro de 2014**, se houver segundo turno nas eleições presidenciais;

II - Publicidade de Utilidade Pública, Publicidade Institucional e Publicidade Legal: as espécies de publicidade conceituadas no art. 2º, V, alíneas 'a', 'b' e 'd', respectivamente, da Instrução Normativa SECOM-PR nº 5, de 6 de junho de 2011;

III - peças e material de publicidade: cada elemento de uma campanha publicitária ou ação isolada, sob as formas gráfica, sonora, visual ou audiovisual;

IV - órgãos e entidades: ministérios, secretarias vinculadas à Presidência da República, autarquias, fundações, empresas públicas e sociedades de economia mista integrantes do Poder Executivo federal, bem assim as demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União;

V - 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.



Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação
Diretoria de Gestão, Articulação e Projetos Educacionais
Coordenação Geral de Infraestrutura Educacional
SBS Quadra 02 – Bloco F – Edifício FNDE - CEP: 70070-929
(61) 2022 4282/2022 4359 – FAX: 2022 4492

II. Da suspensão de ações de publicidade e dos pedidos de autorização ao TSE

Da suspensão de ações de publicidade

1. Fica suspensa, durante o período eleitoral, a veiculação, distribuição, exibição ou exposição ao público de peças e material de publicidade submetidos ao controle da legislação eleitoral. Cada órgão ou entidade deverá, com a necessária antecedência, mandar suspender a publicidade submetida ao controle da legislação eleitoral que, por sua atuação direta, esteja sendo veiculada gratuitamente, como parceria ou a título similar, no rádio, na televisão, na internet, em jornais e revistas ou em outros meios de divulgação, e obter comprovação clara e inquestionável de que solicitou tal providência.
2. Caberá aos órgãos e entidades manter registros claros (data, natureza, destinatário, etc.) de que o material submetido ao controle da legislação eleitoral foi distribuído antes ou depois do período eleitoral, para, se necessário, fazer prova junto ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

Dos pedidos de autorização ao Tribunal Superior Eleitoral

1. A publicidade submetida ao controle da legislação eleitoral que, a juízo dos órgãos e entidades, possa ser reconhecida como de grave e urgente necessidade pública, para o fim de veiculação, distribuição, exibição ou exposição durante o período eleitoral, deve ser apresentada diretamente à SECOM, com pedido de encaminhamento ao TSE para autorização de sua realização. Estão sujeitos à regra deste artigo os textos para pronunciamentos em cadeias de rádio e televisão. Os pedidos de encaminhamento ao TSE, enviados à SECOM, devem estar acompanhados:

- I - de informações que demonstrem clara e objetivamente a grave e urgente necessidade pública da publicidade a ser realizada;
- II - das respectivas peças e material de publicidade, em duas vias, sob a forma de roteiro, leiaute, *storyboard*, protótipo, 'monstro', animatic ou, quando for o caso, de exemplar da peça ou material.

2. As peças e o material de publicidade só poderão ser veiculados, exibidos ou expostos na forma aprovada pelo TSE, observadas as eventuais modificações por ele determinadas.

Da marca do Governo Federal

Da suspensão do uso da marca

1. Fica suspensa, durante o período eleitoral, toda e qualquer forma de aplicação da marca do Governo Federal, 'BRASIL. PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA', de que tratam os arts. 10 a 13 da Instrução Normativa nº 2, de 16 de dezembro de 2009, na publicidade ou em outra espécie de comunicação. A suspensão prevista neste artigo se



Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação
Diretoria de Gestão, Articulação e Projetos Educacionais
Coordenação Geral de Infraestrutura Educacional
SBS Quadra 02 – Bloco F – Edifício FNDE - CEP: 70070-929
(61) 2022 4282/2022 4359 – FAX: 2022 4492

estende à divulgação dessa marca em quaisquer suportes utilizados como meios de divulgação.

Das placas de obras ou de projeto de obras

1. As placas de projetos de obras ou de obras de que participe a União, direta ou indiretamente, devem ser alteradas para exposição durante o período eleitoral. A alteração prevista neste artigo consistirá na retirada ou na cobertura da marca mencionada no art. 8º desta Instrução Normativa.

2. Faculta-se a retirada da placa, como alternativa ao disposto no art. 9º, se for mais conveniente aos órgãos e entidades cuja marca ou assinatura esteja estampada na placa. A alternativa de retirada da placa, prevista neste artigo, não se aplica às placas destinadas a divulgar informações obrigatórias, nos moldes das previstas no art. 16 da Lei nº 5.194, de 24 de dezembro de 1966, no art. 14 da Lei nº 12.378, de 31 de dezembro de 2010, ou em outras normas correlatas.

3. Nos casos em que a placa tenha sido instalada:

I - por agentes do Poder Executivo federal, da administração direta ou indireta, caberá aos respectivos órgãos ou entidades promover, tempestivamente, a retirada ou a cobertura da marca, a retirada da placa, conforme for mais conveniente;

II - por outro ente público ou privado, em obediência a termos de contrato, convênio, parceria ou ajustes similares, caberá ao órgão ou entidade responsável, oficial e tempestivamente, solicitar a retirada ou cobertura da marca, ou propor a retirada da placa, e obter comprovação inequívoca de que solicitou tais providências àqueles entes para, se necessário, fazer prova junto à Justiça Eleitoral.

Da retirada de marcas e *slogans* em propriedades digitais

1. Devem ser retirados das propriedades digitais (sítios, portais, perfis nas redes sociais, aplicativos móveis, totens) do Poder Executivo federal na internet, durante o período eleitoral, a marca mencionada no art. 8º desta Instrução Normativa, *slogans* e tudo que possa constituir sinal distintivo de ação de publicidade objeto de controle da legislação eleitoral.

2. Caso tenha sido solicitada ou estabelecida para outros entes públicos ou privados a divulgação, em suas propriedades digitais, da marca referida no art. 8º, de *slogans* e de elementos que possam constituir sinal distintivo de ação de publicidade do Poder Executivo federal, cumpre ao respectivo órgão ou entidade diretamente responsável solicitar, oficial e tempestivamente, sua retirada e obter comprovação clara e inquestionável de que solicitou tal providência àqueles entes para, se necessário, fazer prova junto à Justiça Eleitoral.



Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação
Diretoria de Gestão, Articulação e Projetos Educacionais
Coordenação Geral de Infraestrutura Educacional
SBS Quadra 02 – Bloco F – Edifício FNDE - CEP: 70070-929
(61) 2022.4282/2022.4359 – FAX: 2022.4492

III. Das disposições finais

1. A prática de condutas vedadas a agentes públicos, tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre os candidatos nos pleitos eleitorais, será imputada ao agente que lhe der causa, sujeito às penas previstas no § 4º do artigo 73 da Lei nº 9.504/1997.
2. O Secretário-Executivo da SECOM poderá editar orientações complementares destinadas ao cumprimento no disposto nesta Instrução Normativa.
3. A Instrução Normativa acima entrou em vigor na data de sua publicação e perderá sua vigência ao término do período eleitoral.

Brasília - DF, 27 de agosto de 2014.



Tjago Lippold Radünz

Coordenador Geral de Infraestrutura Educacional
CGEST/DIGAP/FNDE



Fábio Lúcio de Almeida Cardoso

Coordenador Geral de Implementação e Monitoramento de Programas e Projetos Educacionais
CGIMP/DIGAP/FNDE



Renilda Peres de Lima

Diretora de Gestão, Articulação e Projetos Educacionais.

INSTRUÇÃO NORMATIVA CCIVIL Nº 6, DE 14 DE MARÇO DE 2014 - DOU DE 17/03/2014

Dispõe sobre a suspensão da publicidade dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal, no período eleitoral de 2014, e dá outras providências.

O MINISTRO DE ESTADO CHEFE DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA (SECOM), no exercício da competência prevista no art. 87, parágrafo único, inciso II, da Constituição Federal, com fundamento no art. 2º-B, inciso V, da Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003, e no art. 1º, inciso V, da Estrutura Regimental da Secretaria, aprovada pelo Decreto nº 6.377, de 19 de fevereiro de 2008, tendo em vista o disposto no art. 73, inciso VI, alínea 'b', da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, resolve:

Seção I Das disposições preliminares

Art. 1º A suspensão da publicidade dos órgãos e entidades, no período eleitoral de 2014, obedecerá ao disposto nesta Instrução Normativa.

Art. 2º Para os fins desta Instrução Normativa, a publicidade submetida ao controle da legislação eleitoral compreende:

- I - a Publicidade Institucional;
- II - a Publicidade de Utilidade Pública;
- III - a publicidade de produtos e serviços que não tenham concorrência no mercado.

Art. 3º Não se incluem no âmbito da publicidade submetida ao controle da legislação eleitoral as ações publicitárias referentes à:

- I - Publicidade Legal;
- II - publicidade de produtos ou serviços que tenham concorrência no mercado;
- III - publicidade realizada no exterior e no País para público alvo constituído de estrangeiros.

Art. 4º Para os efeitos desta Instrução Normativa consideram-se:

- I - período eleitoral: aquele que **terá início em 5 de julho e término em 5 de outubro de 2014, mas poderá estender-se até 26 de outubro de 2014**, se houver segundo turno nas eleições presidenciais;
- II - Publicidade de Utilidade Pública, Publicidade Institucional e Publicidade Legal: as espécies de publicidade conceituadas no art. 2º, V, alíneas 'a', 'b' e 'd', respectivamente, da Instrução Normativa SECOM-PR nº 5, de 6 de junho de 2011;
- III - peças e material de publicidade: cada elemento de uma campanha publicitária ou ação isolada, sob as formas gráfica, sonora, visual ou audiovisual;
- IV - órgãos e entidades: ministérios, secretarias vinculadas à Presidência da República, autarquias, fundações, empresas públicas e sociedades de economia mista integrantes do Poder Executivo federal, bem assim as demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União;
- V - 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.

Seção II Da suspensão de ações de publicidade e dos pedidos de autorização ao TSE

Subseção I Da suspensão de ações de publicidade

Art. 5º Fica suspensa, durante o período eleitoral, a veiculação, distribuição, exibição ou exposição ao público de peças e material de publicidade submetidos ao controle da legislação eleitoral.

Parágrafo único. Cada órgão ou entidade deverá, com a necessária antecedência, mandar suspender a publicidade submetida ao controle da legislação eleitoral que, por sua atuação direta, esteja sendo veiculada

gratuitamente, como parceria ou a título similar, no rádio, na televisão, na internet, em jornais e revistas ou em outros meios de divulgação, e obter comprovação clara e inquestionável de que solicitou tal providência.

Art. 6º Caberá aos órgãos e entidades manter registros claros (data, natureza, destinatário, etc.) de que o material submetido ao controle da legislação eleitoral foi distribuído antes ou depois do período eleitoral, para, se necessário, fazer prova junto ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

Subseção II Dos pedidos de autorização ao Tribunal Superior Eleitoral

Art. 7º A publicidade submetida ao controle da legislação eleitoral que, a juízo dos órgãos e entidades, possa ser reconhecida como de grave e urgente necessidade pública, para o fim de veiculação, distribuição, exibição ou exposição durante o período eleitoral, deve ser apresentada diretamente à SECOM, com pedido de encaminhamento ao TSE para autorização de sua realização.

§ 1º Estão sujeitos à regra deste artigo os textos para pronunciamentos em cadeias de rádio e televisão.

§ 2º Os pedidos de encaminhamento ao TSE, enviados à SECOM, devem estar acompanhados:

I - de informações que demonstrem clara e objetivamente a grave e urgente necessidade pública da publicidade a ser realizada;

II - das respectivas peças e material de publicidade, em duas vias, sob a forma de roteiro, leiaute, *storyboard*, protótipo, 'monstro', animatic ou, quando for o caso, de exemplar da peça ou material.

§ 3º As peças e o material de publicidade só poderão ser veiculados, exibidos ou expostos na forma aprovada pelo TSE, observadas as eventuais modificações por ele determinadas.

Seção III Da marca do Governo Federal

Subseção I Da suspensão do uso da marca

Art. 8º Fica suspensa, durante o período eleitoral, toda e qualquer forma de aplicação da marca do Governo Federal, 'BRASIL. PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA', de que tratam os arts. 10 a 13 da Instrução Normativa nº 2, de 16 de dezembro de 2009, na publicidade ou em outra espécie de comunicação.

Parágrafo único. A suspensão prevista neste artigo se estende à divulgação dessa marca em quaisquer suportes utilizados como meios de divulgação.

Subseção II Das placas de obras ou de projeto de obras

Art. 9º As placas de projetos de obras ou de obras de que participe a União, direta ou indiretamente, devem ser alteradas para exposição durante o período eleitoral.

Parágrafo único. A alteração prevista neste artigo consistirá na retirada ou na cobertura da marca mencionada no art. 8º desta Instrução Normativa.

Art. 10. Faculta-se a retirada da placa, como alternativa ao disposto no art. 9º, se for mais conveniente aos órgãos e entidades cuja marca ou assinatura esteja estampada na placa.

Parágrafo único. A alternativa de retirada da placa, prevista neste artigo, não se aplica às placas destinadas a divulgar informações obrigatórias, nos moldes das previstas no art. 16 da Lei nº 5.194, de 24 de dezembro de 1966, no art. 14 da Lei nº 12.378, de 31 de dezembro de 2010, ou em outras normas correlatas.

Art. 11. Nos casos em que a placa tenha sido instalada:

I - por agentes do Poder Executivo federal, da administração direta ou indireta, caberá aos respectivos órgãos

ou entidades promover, tempestivamente, a retirada ou a cobertura da marca, a retirada da placa, conforme for mais conveniente;

II - por outro ente público ou privado, em obediência a termos de contrato, convênio, parceria ou ajustes similares, caberá ao órgão ou entidade responsável, oficial e tempestivamente, solicitar a retirada ou cobertura da marca, ou propor a retirada da placa, e obter comprovação inequívoca de que solicitou tais providências àqueles entes para, se necessário, fazer prova junto à Justiça Eleitoral.

Subseção III

Da retirada de marcas e slogans em propriedades digitais

Art. 12. Devem ser retirados das propriedades digitais (sítios, portais, perfis nas redes sociais, aplicativos móveis, totens) do Poder Executivo federal na internet, durante o período eleitoral, a marca mencionada no art. 8º desta Instrução Normativa, *slogans* e tudo que possa constituir sinal distintivo de ação de publicidade objeto de controle da legislação eleitoral.

Art. 13. Caso tenha sido solicitada ou estabelecida para outros entes públicos ou privados a divulgação, em suas propriedades digitais, da marca referida no art. 8º, de *slogans* e de elementos que possam constituir sinal distintivo de ação de publicidade do Poder Executivo federal, cumpre ao respectivo órgão ou entidade diretamente responsável solicitar, oficial e tempestivamente, sua retirada e obter comprovação clara e inquestionável de que solicitou tal providência àqueles entes para, se necessário, fazer prova junto à Justiça Eleitoral.

Seção IV

Das disposições finais

Art. 14. A prática de condutas vedadas a agentes públicos, tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre os candidatos nos pleitos eleitorais, será imputada ao agente que lhe der causa, sujeito às penas previstas no § 4º do art. 73 da Lei nº 9.504/1997.

Art. 15. O Secretário-Executivo da SECOM poderá editar orientações complementares destinadas ao cumprimento no disposto nesta Instrução Normativa.

Art. 16. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação e perderá sua vigência ao término do período eleitoral.

THOMAS TRAUMANN

Este texto não substitui o publicado no DOU de 17/03/2014 - seção 1 - págs. 18 e 19.