



## Contribuições à minuta de ilícitos eleitorais para o pleito de 2024

Janeiro/2024

*Sugestões às condutas vedadas a agentes públicos no decorrer do período eleitoral para prevenir apagão de informações nos órgãos públicos durante as eleições de 2024*



Este trabalho está sob a licença [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). Mediante atribuição de crédito à organização autora, pode ser copiado e redistribuído em qualquer suporte ou formato; remixado e adaptado para qualquer fim, inclusive comercial (nestes casos, as alterações feitas devem ser indicadas).



## FICHA TÉCNICA

Janeiro/2024

*AUTORIA*

**Marina Atoji**

## ÍNDICE

<b>Sugestões para a minuta de ilícitos eleitorais</b>	<b>4</b>
Aprimoramento da redação do art. 15, inciso VI, item “b”	4
Acréscimo de dois parágrafos ao art. 15	4
Reformulação do caput e acréscimo de dois parágrafos ao art. 21	4

# Sugestões para a minuta de ilícitos eleitorais, que altera a Resolução nº 23.610/2019

## *Aprimoramento da redação do art. 15, inciso VI, item “b”*

Nova redação

b) (...) na forma de campanha publicitária, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral;

## *Acréscimo de dois parágrafos ao art. 15*

§ 2º A vedação imposta pelo inciso VI, item “b” do caput deste artigo não obriga a suspensão total da comunicação pública nem a suspensão de sites oficiais.

§ 3º A vedação imposta pelo inciso VI, item “b” do caput deste artigo não abrange:

I - as atividades de tratamento de informações necessárias ao atendimento de demandas de acesso à informação nos termos do art. 10, caput da Lei Federal 12.527/2011;

II - a publicação obrigatória de informações nos termos do art. 8º da Lei Federal 12.527/2011, art. 48-A da Lei Complementar Federal 101/2000 e art. 29, §2 da Lei Federal 14.129/2021, entre outros.

## *Reformulação do caput e acréscimo de dois parágrafos ao art. 21*

Art. 21. A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, em observância ao § 1º do art. 37 da Constituição Federal.

§ 1º Da publicidade a que se refere o caput deste artigo não poderão constar:

I - slogans de gestão ou mandato;

II - imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou de servidoras públicas ou servidores públicos;

III - menção de nome de autoridades ou de servidoras públicas ou servidores públicos em contexto que caracterize promoção pessoal

§ 2º A restrição da publicidade aos termos do § 1º do art. 37 da Constituição Federal não pode implicar em:

I - comprometimento das atividades de tratamento de informações necessárias ao atendimento de demandas de acesso à informação nos termos do art. 10, caput da Lei federal 12.527/2011;

II - comprometimento ou suspensão da publicação obrigatória de informações nos termos do art. 8º da Lei federal 12.527/2011, art. 48-A da Lei Complementar federal 101/2000 e art. 29, §2 da Lei federal 14.129/2021, entre outros;

III - suspensão completa da comunicação institucional de órgãos e entidades da administração pública, no que se refere a conteúdos de prestação de contas e informativos a respeito de atividades do órgão ou entidade;

III - retirada do ar de sites oficiais institucionais de poderes, órgãos ou entidades;

IV - retirada ou cobertura total de placas que contenham informações básicas a respeito de obras públicas;

V - suspensão total de publicações ou de contas institucionais oficiais de órgãos ou entidades da administração pública em plataformas de redes sociais.

§ 3º Configura abuso de autoridade, para os fins do disposto no art. 22 da Lei Complementar nº 64, de 1990, a infringência do previsto no § 2º deste artigo, ficando a(o) responsável, se candidata ou candidato, sujeita(o) ao cancelamento do registro de sua candidatura ou do diploma (art. 74 da Lei nº 9.504, de 1997).

## Justificativa

Nas Eleições de 2022, assim como se observa há décadas, a Lei Eleitoral e as resoluções do TSE que definem as condutas vedadas a agentes públicos durante o período eleitoral têm sido indevidamente usadas por órgãos públicos como pretexto para uma diminuição radical da transparência ativa.

Há dois anos, o Fórum de Direito de Acesso a Informações Públicas diagnosticou que, em virtude de uma interpretação ampla e imprecisa sobre a restrição à publicidade institucional em período eleitoral:

- No nível federal, houve camadas de absurdos: além da suspensão da publicação de conteúdos ou mesmo a retirada de sites do ar, foram criados “perfis paralelos oficiais” em redes sociais para publicação de conteúdos, em uma tentativa de driblar a legislação que se diz cumprir. O argumento de obediência à Lei Eleitoral afeta também o atendimento a pedidos de informação: o governo negou demandas por [informações sobre peças publicitárias](#) e pela transcrição dos discursos presidenciais realizados em julho de 2022;
- Seis executivos estaduais deixaram de atualizar suas redes sociais, sob a justificativa de cumprimento da Lei Eleitoral: CE, ES, MS, PB, SP e TO. E ao menos 12 secretarias estaduais de saúde [deixaram de divulgar](#) em redes sociais os números de casos e mortes de covid-19 e “varíola dos macacos”;
- A maioria (67%) das páginas principais dos governos estaduais (aquelas do tipo estado.gov.br, portas de entrada para as demais) sofreram algum tipo de restrição de informações. Quase um terço (29%) foi completamente retirado do ar. Ao acessá-las, exibiam um aviso de que ficariam fora do ar até o final do período eleitoral. Em apenas um desses casos (Amazonas), o aviso é acompanhado de links para o Portal da Transparência e para o Sistema Eletrônico de Informações ao Cidadão (e-SIC) – mas não para o Diário Oficial ou para uma lista dos serviços públicos estaduais (Carta de Serviços). Nos demais (Bahia, Maranhão, Pará e Pernambuco), a alternativa para encontrar informações de interesse público são os buscadores da internet;
- 26% das Assembleias Legislativas suspenderam a publicação de notas informativas sobre ações da Casa, comprometendo a comunicação pública.

A Lei Eleitoral não proíbe ou limita a divulgação de informações pelo poder público em seus sites. O texto apenas reforça o que está disposto no art. 37, §1º da Constituição Federal: a divulgação das ações dos órgãos públicos deve informar os cidadãos sobre o que foi ou está sendo feito sem exaltar pessoas ou

uma gestão em específico, como demonstra o art. 84 da Resolução TSE 23.610/2019.

Entretanto, a ausência de definições claras e concretas sobre o que é ou não considerado publicidade institucional vedada leva ao comprometimento do direito de acesso a informações públicas. A administração pública tende a cometer exageros de quase censura, o Ministério Público Eleitoral tem visões distintas do que pode ou deve ser objeto de denúncia, e a própria Justiça Eleitoral emite decisões distintas para casos semelhantes.

As alterações aqui sugeridas têm como objetivo assegurar que o princípio da publicidade na administração pública e a Lei de Acesso à Informação não sejam suspensos durante o período eleitoral e sejam cumpridos à risca com o máximo de segurança jurídica possível.



A Transparência Brasil é uma organização sem fins lucrativos, independente e autônoma fundada em abril de 2000. Sua atuação é reconhecida pelo rigor metodológico com dados para ampliação da qualidade e eficiência do gasto público e promoção de instituições públicas íntegras na democracia brasileira.

 [imprensa@transparencia.org.br](mailto:imprensa@transparencia.org.br)

 [www.transparencia.org.br](http://www.transparencia.org.br)