

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 3, DE 4 DE MARÇO DE 2010

Dispõe sobre a suspensão da publicidade dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, no período eleitoral, 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, e no art. 50, inciso VI, alínea 'b', da Resolução nº 23.191 - Instrução nº 131, de 16 de dezembro de 2009, do Tribunal Superior Eleitoral, resolve:

CAPÍTULO I
DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

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

Art. 2º Para os fins desta Instrução Normativa, a publicidade sob 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 sob controle da legislação eleitoral as ações:

I - de Publicidade Legal;

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

III - de 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 tem início em 3 de julho e término em 3 de outubro de 2010, e poderá estender-se até 31 de outubro de 2010, se houver segundo turno nas eleições presidenciais;

II - Publicidade de Utilidade Pública e Publicidade Institucional: as espécies de publicidade conceituadas de acordo com o art. 1º, I e II, da Instrução Normativa nº 2, de 16 de dezembro de 2009, da SECOM;

III - peças e material de publicidade: cada elemento de uma campanha publicitária ou ação isolada, sob as formas gráfica, sonora fundações, empresas públicas e sociedades de economia mista integrantes do Poder Executivo Federal;

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 que participe a União, direta ou indiretamente.

CAPÍTULO II
DA SUSPENSÃO DE AÇÕES DE PUBLICIDADE
E DAS CONSULTAS AO TSE
Seção I
Da Suspensão de ações de publicidade

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

Parágrafo único. Cada órgão ou entidade deverá, com a necessária antecedência, mandar suspender a publicidade sob 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.

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

Seção II

Dos pedidos de autorização ao Tribunal Superior Eleitoral

Art. 7º A publicidade que, a juízo dos órgãos e entidades, possa ser reconhecida como de grave e urgente necessidade pública, para o fim de veiculação, 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, sob a forma de roteiro, leiaute, *story-board*, 'monstro' 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.

CAPÍTULO III
DA MARCA DO GOVERNO FEDERAL
Seção I
Da suspensão do uso da marca

Art. 8º Fica suspensa, durante o período eleitoral, toda e qualquer forma de aplicação da marca 'Brasil. Um País de Todos.', prevista nos 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 da marca em quaisquer suportes utilizados como meios de divulgação.

Seção 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, 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, ou a retirada da placa, conforme for mais conveniente;

II - por outro ente público ou privado, em obediência a termos de convênio, contrato ou ajustes, 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.

Seção III

Da retirada de marcas e slogans em sítios da internet

Art. 12. Devem ser retirados dos sítios 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 seus sítios, 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

Disposições Gerais

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 Subchefe-Executivo da SECOM poderá editar orientações complementares destinadas ao fiel 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.

Art. 17. Fica revogada a Instrução Normativa nº 3, de 8 de maio de 2006.

FRANKLIN MARTINS