

# ELEIÇÕES 2018

## **1. Quando podem ser realizadas ações de publicidade institucional pelo Governo?**

Antes do período eleitoral, ou seja, de 1º de janeiro a 7 de julho de 2018, podem ser realizadas ações de publicidade institucional pelo Governo Federal, independentemente de consulta ou autorização do TSE, observados ainda os procedimentos habituais de submissão para análise de conformidade do conteúdo das peças e da mídia, bem como as restrições quanto aos limites de gastos com publicidade e, no caso das estatais, com publicidade e patrocínio, estabelecidos pela SECOM para o ano eleitoral.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 73](#) e [Decreto nº 6.555/2008, art. 2º, inciso VII](#).

## **2. O que poderá ser publicado no período de 7 de julho a 7 de outubro (ou até 29 de outubro, primeiro dia após o término de eventual segundo turno)?**

### **3. Há exceções a esta vedação de publicações no período eleitoral?**

O período eleitoral tem início nos três meses que antecedem o primeiro turno das eleições presidenciais, podendo se estender até o segundo turno quando houver. Nesse período, estão vedadas a publicidade institucional, a publicidade de utilidade pública e a publicidade mercadológica de produtos e serviços que não tenham concorrência no mercado, por estarem sujeitas ao controle da legislação eleitoral.

Contudo, no período eleitoral não estão sujeitas ao controle da legislação eleitoral as ações publicitárias referentes à publicidade legal, a publicidade de utilidade pública reconhecida como de grave e urgente necessidade pública pela Justiça Eleitoral, a publicidade mercadológica de produtos ou serviços que tenham concorrência no mercado e a publicidade destinada a público constituído de estrangeiros, realizada no País ou no exterior.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 73, inciso VI, alínea 'b'](#).

### **4. Podemos distribuir material impresso (folhetos, cartilhas) até que data?**

Durante o período eleitoral ficam suspensas a veiculação, exibição, exposição e distribuição de peças e/ou materiais de publicidade, sujeitos ao controle da legislação eleitoral, independente se os pagamentos relacionados ocorreram em exercício anterior ao período eleitoral. Ou seja, após o início do período eleitoral, que se inicia em 7 de julho de 2018, não é possível distribuir material impresso sujeitos ao controle da legislação eleitoral.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 73, inciso VI, alínea 'b'](#).

### **5. O que se considera publicidade institucional?**

A publicidade institucional é a que se destina a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com o objetivo de atender ao princípio constitucional da

publicidade, 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.

Destaque-se que a publicidade institucional destinada estritamente a público estrangeiro (no Brasil ou no Exterior) não está sujeita à vedação da legislação eleitoral.

Fundamentação: [Instrução Normativa SECOM/SG-PR nº 1 de 27 de julho de 2017](#).

#### **6. O que se considera Publicidade de Utilidade Pública?**

A Publicidade de utilidade Pública é aquela que se destina a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos.

Fundamentação: [Instrução Normativa SECOM/SG-PR nº 1 de 27 de julho de 2017](#).

#### **7. O que se considera Publicidade Mercadológica?**

A Publicidade Mercadológica é a que se destina a alavancar vendas ou promover produtos e serviços no mercado.

Fundamentação: [Instrução Normativa SECOM/SG-PR nº 1 de 27 de julho de 2017](#).

#### **8. O que se considera Publicidade Legal?**

A Publicidade Legal é a que se destina à divulgação 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.

Fundamentação: [Instrução Normativa SECOM/SG-PR nº 1 de 27 de julho de 2017](#).

#### **9. O que se considera como “situação de grave e urgente necessidade pública”, para fins de publicidade institucional durante o período eleitoral?**

A definição das situações de grave e urgente necessidade pública está a cargo da Justiça Eleitoral, dependendo de prévia consulta e autorização específica. Dessa forma, as propostas de ações publicitárias embasadas em justificativas de situação de grave e urgente necessidade pública, deverão ser previamente submetidas à apreciação do Tribunal Superior Eleitoral, a quem compete reconhecer a pertinência da gravidade/urgência e autorizar a realização da ação.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 73, inciso VI, alínea 'b'](#).

#### **10. A normativa da SECOM estipulará valores determinados para utilização neste ano?**

Sim, os limites para as despesas com publicidade e patrocínio dos órgãos/entidades já foram informados e devem ser rigorosamente observados, pois compete a SECOM disciplinar, em ano eleitoral, a gestão das despesas com a publicidade dos órgãos/entidades do Poder Executivo Federal.

Fundamentação: [Decreto nº 6.555/2008, art. 6º, inciso XVI](#), e [Lei nº 13.303/2016, art. 93, §2º](#).

#### **11. As contratações do primeiro semestre podem ser executadas depois das eleições?**

A veiculação, exibição, exposição ou distribuição de peças e/ou materiais de publicidade, sujeitos ao controle da legislação eleitoral, independente se os pagamentos relacionados ocorreram em exercício anterior ao período eleitoral, estão suspensas apenas durante o período eleitoral. Após as eleições todas as ações publicitárias estão liberadas para serem executadas.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 73, inciso VII](#).

#### **12. De 7 de julho a 7 de outubro (ou até 29 de outubro, primeiro dia após o término de eventual segundo turno), o que é vedado aos agentes públicos das esferas administrativas cujos cargos estejam em disputa na eleição?**

É vedado 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.

Também é vedado fazer pronunciamento em cadeia de rádio e de televisão, fora do horário eleitoral gratuito, salvo quando, a critério da Justiça Eleitoral, tratar-se de matéria urgente, relevante e característica das funções de governo.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 73, inciso VI, alíneas 'b' e 'c'](#).

#### **13. O que determina a impropriedade de publicações com logomarca de governo é o período em que foram distribuídas?**

Sim. Fica suspensa, durante o período eleitoral, toda e qualquer forma de divulgação da marca do Governo Federal, na publicidade ou em qualquer ação de comunicação, considerado todo e qualquer tipo de suporte utilizado como meio de divulgação. Assim, os órgãos devem guardar os comprovantes de que os materiais com a marca do Governo Federal foram distribuídos ou exibidos antes do período eleitoral.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 73, inciso VI, alínea 'b'](#).

#### **14. A suspensão do uso da marca do Governo Federal se estende às marcas de órgãos, como por exemplo, a Capes, Inep e FNDE?**

As marcas de governos têm característica político-ideológica e são transitórias, ou seja, mudam a cada gestão. Por isso, a jurisprudência do TSE aponta no sentido de vedar no período eleitoral apenas a exposição das marcas de governo.

Isso não ocorre com as marcas de órgãos ou, por exemplo, da Capes, do Inep, do FNDE, que são inerentes a programas e a políticas públicas de Estado.

Contudo, vale destacar que alguns programas e políticas públicas são facilmente associados com determinada gestão

de governo e, nesse sentido, suas ações de divulgação devem ter cunho estritamente informativo, de orientação ou de prestação de serviços ao cidadão, com vistas a não suscitar interpretação de publicidade institucional. Se houver dúvida, o assunto deve ser levado à consultoria jurídica do órgão.

Fundamentação: [OFÍCIO-Circular SECOM nº 07/2014, item 11, inciso I e subitem 11.1.](#)

**15. O Governo Federal oferece diversos programas e serviços que, muitas vezes possuem marcas próprias. Essas marcas podem continuar sendo utilizadas em publicações e materiais técnicos produzidos e distribuídos durante o período de vedação?**

A divulgação de símbolos ou marcas de programas específicos de governo tem caráter de publicidade, razão pela qual é vedada a sua divulgação no período eleitoral. A vedação no período eleitoral inclui, portanto, a marca do Governo Federal, vigente ou anterior, aprovada e publicada em manual no sítio da SECOM na internet, bem como as marcas de programas, campanhas, ações e eventos, ou mesmo, os slogans ou qualquer elemento que possa constituir sinal distintivo da publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, ou seja, as marcas de programas constituem elemento capaz de configurar uma publicidade institucional.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 73, inciso VI, alínea 'b'.](#)

**16. E com relação às identidades visuais/logomarcas dos programas do governo/políticas públicas de cada instituição, como o “Ciência sem Fronteiras”? Como devemos proceder?**

Alguns programas e políticas públicas são facilmente associados como marca de gestão de governos, nesse sentido os conteúdos divulgados devem preservar o caráter educativo, informativo, de orientação ou de prestação de serviço ao cidadão. As divulgações de resultados e de prestação de contas à sociedade não deverão ser desenvolvidas, por serem facilmente associadas à publicidade institucional.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 73, inciso VI, alínea 'b'.](#)

**17. Caso não se trate de marca-símbolo de órgão, também deve ser suprimida?**

A vedação estabelecida pela legislação eleitoral refere-se à publicidade institucional de atos, programas, obras, serviços e campanhas. Exceções a essa regra são ações de publicidade em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral, e a propaganda de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado. A divulgação da marca do órgão fora desse contexto não sofre restrições da legislação eleitoral, ao contrário da divulgação da marca do Governo Federal que está vedada em todo e qualquer caso.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 73, inciso VI, alínea 'b'.](#)

**18. Será preciso remover o logo do Governo Federal dos nossos materiais impressos e digitais?**

**19. O uso de logos de governo passa a ser ilegal a partir de 7/7? Mesmo tendo sido elaborada e distribuída antes do dia 7/7?**

Se o material tiver sido distribuído antes de 7 de julho, não incide a vedação. O que importa para fins eleitorais é o momento da distribuição do material, sendo irrelevante o momento de sua produção. Se os materiais já foram produzidos com a marca, só poderão ser distribuídos no período eleitoral se a marca do Governo Federal for coberta. As novas impressões devem substituir a marca do governo em sua representação gráfica pela expressão “Governo Federal” aplicada em tipologia distinta da indicada no Manual de Uso da Marca disponível no sítio da SECOM, com vistas a evitar qualquer associação indevida. Destaque-se a necessidade do órgão guardar os comprovantes de envio dos materiais, com vistas a apoiar comprovações futuras, se necessário.

Já nos ambientes virtuais, cabe ao órgão retirar de suas propriedades digitais, com a necessária antecedência, toda e qualquer publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, tais como filmes, vinhetas, vídeos, anúncios, painéis, banners, posts, slogans e qualquer conteúdo de natureza similar.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 73, inciso VI, alínea ‘b’](#) (AgR-Respe nº 35240, Acórdão de 15/09/09, Rel. Min. Arnaldo Versiani Leite Soares, DJE 15/10/09, p. 67)

**20. Em veículos, como ônibus de atendimento a mulheres rurais, por exemplo, deve-se tampar a logomarca?**

Sim, a suspensão da divulgação da marca do Governo Federal se aplica a qualquer suporte utilizado como meio de divulgação. A exemplo das placas de obras, a aplicação da logomarca do Governo Federal em veículos deverá ser coberta, com vistas a não suscitar qualquer caracterização como publicidade institucional.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 73, inciso VI, alínea ‘b’](#).

**21. Os sites oficiais são considerados como meios de propaganda para efeito de utilização dos logos do Governo?**

Sim, os sítios oficiais na internet e todas as demais propriedades digitais dos órgãos, como perfis em redes sociais, aplicativos móveis e dispositivos digitais disponibilizados a seus públicos de relacionamento. Dessa forma, os órgãos deverão, com antecedência, mandar retirar de suas propriedades digitais toda e qualquer publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, tais como filmes, vinhetas, vídeos, anúncios, painéis, banners, posts, marcas, slogans e qualquer conteúdo de natureza similar. E essa orientação também vale para a publicidade em propriedades digitais de terceiros, devido a parcerias ou acordos similares.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 57-C](#).

**22. É possível publicar, durante o período eleitoral, nos sítios eletrônicos oficiais dos órgãos: notícias, declarações, fotos, aspas, etc, de qualquer autoridade em exercício, inclusive o Ministro, sobre ações, projetos, programas do Ministério?**

Durante o período eleitoral, fica suspensa a veiculação ou exibição de conteúdos noticiosos dos órgãos/entidades em suas propriedades digitais. Os conteúdos noticiosos veiculados antes do período eleitoral podem ser mantidos em área sem destaque e devidamente datados, para que se possa comprovar junto à Justiça Eleitoral o período de sua veiculação.

Também está vedada no período eleitoral a veiculação/exibição de discursos, entrevistas ou qualquer tipo de pronunciamento de autoridade que seja candidata a cargo político nas eleições. Os pronunciamentos veiculados antes do período eleitoral podem ser mantidos desde que em área sem destaque e devidamente datados. Não configura propaganda institucional irregular a entrevista de autoridade que observar os limites da informação jornalística, para dar conhecimento ao público de determinada atividade de governo, sem promoção pessoal, nem menção a circunstâncias eleitorais.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 73, inciso VI, alínea 'b'](#).

**23. Qual o prazo que dever ter o nosso último post, tendo em vista que não controlamos a repercussão posterior, assim como materiais impressos? No meio TV temos como controlar a veiculação, mas em internet e mídia impressa, não.**

No período eleitoral é vedada a inclusão de posts nos perfis dos órgãos em redes sociais, vinculados à publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral. Ou seja, após o início do período eleitoral, que se inicia em 7 de julho de 2018, não é permitida a divulgação de post cujo conteúdo esteja sujeito ao controle da legislação eleitoral. Esses posts, se anteriores ao período eleitoral, podem ser mantidos desde que devidamente datados, para comprovação da data de sua inclusão. Contudo, não podem ser reeditados para obter novo destaque na linha do tempo. E caso ganhem destaque na linha do tempo devido a algum comentário externo, devem ser imediatamente ocultados ou excluídos. Nos casos de perfis de programas de governo em redes sociais, os conteúdos das postagens deverão restringir-se à prestação de serviços ao cidadão, com caráter educativo, informativo ou de orientação social, observadas as vedações aos tipos de publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, acima descritas.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 73, inciso VI, alínea 'b'](#).

**24. É possível produzir matérias sobre eventos nos sites oficiais? E redes sociais?**

Durante o período eleitoral, fica suspensa a veiculação ou exibição de conteúdos noticiosos dos órgãos e entidades integrantes do SICOM, em suas propriedades digitais.

Os conteúdos noticiosos veiculados ou exibidos pelos órgãos antes do período eleitoral poderão ser mantidos nos sítios oficiais, nos perfis em redes sociais, bem como nos aplicativos móveis e dispositivos digitais disponibilizados aos seus públicos de relacionamento, desde que em área sem destaque e devidamente datados, para que se possa comprovar junto à Justiça Eleitoral o período de sua produção e veiculação.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 73, inciso VI, alínea 'b'](#).

**25. O comparecimento de autoridade em inauguração de obras privadas é permitido? Por exemplo, inauguração de fábricas?**

O comparecimento de autoridade em obras privadas não está abrangido pelas vedações da legislação eleitoral, apenas o comparecimento de qualquer candidato (não basta ser autoridade apenas) a inaugurações de obras públicas a partir de 7 de julho, quando se inicia o período eleitoral.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 77](#).

**26. Em eventos oficiais, é vedada a participação de políticos, prefeitos etc., na frente de honra, mesmo que não sejam candidatos? É permitido dar a fala a estes representantes?**

A lei eleitoral veda o comparecimento de candidato a inaugurações de obras públicas a partir de 7 de julho, quando se inicia o período eleitoral.

Conforme entendimento do TSE, a condição de candidato somente é obtida a partir da solicitação do registro de candidatura. Assim sendo, antes do pedido de registro de candidatura, o art. 77 da Lei nº 9.504/97 não se aplica (AAG nº 5.134, Acórdão de 11/11/2004, Relator Min. Carlos Eduardo Caputo Bastos).

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 77](#).

**27. Após 7 de julho os agentes públicos candidatos à reeleição não poderão participar de eventos de inaugurações de obras públicas? E os agentes públicos que não são candidatos?**

No período eleitoral é proibido o comparecimento de candidatos em eventos como a inauguração de obras públicas. A lei estabelece a proibição apenas para o candidato. Logo, se um agente público não for candidato, não é aplicável a regra. Contudo, a presença do agente público deve ter alguma relação de pertinência com o evento, não se admitindo desvio da finalidade pública de sua participação com a pretensão de se alcançar algum benefício eleitoral a candidato, sob pena de caracterizar abuso de poder político.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 77](#) e [73](#).

**28. Quem está abrangido pela proibição de inauguração de obras públicas em período eleitoral? É proibido a qualquer candidato comparecer, a partir de 7 de julho de 2018, a inaugurações de obras públicas?**

É proibido a qualquer candidato comparecer, no período eleitoral, a qualquer inauguração de obras públicas. E essa proibição alcança todo candidato a cargo público, sendo que a condição de candidato somente é obtida a partir da solicitação do registro de candidatura (TSE, AAG nº 5.134, Acórdão de 11/11/2004, relator Ministro Carlos Eduardo Caputo Bastos).

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 77](#), caput.

**29. Ministros não candidatos podem ir a inaugurações? Podem ter suas fotos colocando a presença, cortando fitas? É ato oficial? Ou é propaganda que beneficia governo?**

A Lei 9.504/1997 veda o comparecimento apenas de candidato em inaugurações de obras públicas. Portanto, demais agentes públicos que não sejam candidatos podem comparecer e participar de atos oficiais. É importante, contudo, que as autoridades presentes tenham alguma relação de pertinência com o evento. Também não é vedado o dever de prestar contas sobre a obra inaugurada (caráter informativo).

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 77](#).

**30. A proibição de inauguração de obras públicas abrange também o ato de visita a obras que já foram inauguradas ou estão ainda em execução?**

Não, desde que a visita ou inspeção de obras se dê em caráter administrativo, pois segundo entendimento do TSE, o candidato a cargo do Poder Executivo que visita obra já inaugurada não ofende a proibição contida no artigo 77 da Lei Federal nº 9.504/1997.

Fundamentação: “Não configura situação jurídica que se enquadre no art. 77 da Lei nº 9.504/1997 o comparecimento de candidatos ao local após a inauguração da obra pública, quando já não mais estão presentes os candidatos em geral (Acórdão nº 24.852, de 27/9/2005) ”.

**31. Inaugurações com presença de Ministro ou Secretário da pasta, assim como entrega de equipamentos estão permitidas após 7/7?**

Se o Ministro ou Secretário não for candidato, não se lhe aplica a vedação. No período eleitoral é proibido o comparecimento de candidatos em eventos de inauguração de obras públicas. Com a edição da Lei nº 12.034/2009, a vedação passou a ser aplicável aos candidatos a qualquer cargo, não mais apenas aos candidatos aos cargos do Poder Executivo. No tocante à entrega de equipamentos, é preciso verificar o caso concreto. A lei eleitoral veda, no ano eleitoral, a distribuição gratuita de bens, valores ou benefícios (art. 73, §10).

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 77](#).

**32. Nos eventos de inauguração, após 7 de julho, pode-se citar os candidatos presentes quando da leitura do script? Eles podem comparecer ao evento?**



A lei veda o seu comparecimento em inaugurações de obras públicas a partir de 7 de julho, logo não devem ser citados. Deve-se atentar que é vedada a contratação com recursos públicos de shows artísticos para inauguração de obras ou lançamento de serviços públicos.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 77 e 75.](#)

**33. Determinado Ministério fará “aniversário” e pretende fazer eventos comemorativos internos. Palestras, banners, cartazes, documentos, são possíveis?**

As despesas com ações promocionais não estão abrangidas pela legislação eleitoral, estando apenas os valores dispendidos com as peças e os materiais publicitários utilizados e/ou distribuídos nessas ações. Vale lembrar que no período eleitoral é vedada a publicidade institucional, ou seja, a publicidade de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta.

O objetivo da legislação eleitoral é evitar que, com a publicidade institucional, ocorra a divulgação ou promoção da administração como forma de favorecimento a eventual candidato. Na hipótese descrita, se os eventos comemorativos ocorrerem no período da vedação eleitoral, não será permitida a divulgação institucional, pois, muito embora se trate de evento comemorativo interno, a finalidade será a promoção do órgão.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 77.](#)

**34. Determinado órgão participa anualmente de dois eventos de grande porte e visitação pública na sua área de atuação. Sabemos que não podemos levar folders, livros e outros materiais de divulgação que costumamos distribuir, mas podemos exibir os portais com conteúdo didático e científico que o Ministério mantém? Geralmente fazemos apresentações com lousa interativa.**

As ações e materiais não publicitários não estão proibidos durante o período eleitoral. Dessa forma, o conteúdo deve ser estritamente informativo, de orientação ou de prestação de serviço ao cidadão, diretamente associado à temática do evento. Todavia, cuidados especiais devem ser adotados nas divulgações em propriedades digitais, tendo em vista o comando expresso no art. 12 da Lei nº 9.504/1997: "Devem ser retirados (...) e tudo que possa constituir sinal distintivo de ação de publicidade objeto de controle da legislação eleitoral". Em todos esses casos, se houver dúvida, a consultoria jurídica do órgão deve ser ouvida.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 77.](#)

**35. Os projetos incentivados estarão sujeitos à lei eleitoral?**

Não estão sujeitos ao controle da legislação eleitoral: a mera divulgação da marca do integrante do SICOM, por iniciativa de terceiros como contrapartida do patrocínio recebido; as despesas com a manutenção de centros culturais e

desportivos; e o apoio financeiro e fomento de atividades culturais, artísticas, modalidades esportivas e atletas, não cabendo, nesses casos, a prévia autorização da Justiça Eleitoral.

A lei não estabelece nenhuma restrição em relação ao tema dos eventos patrocinados, mas deve-se tomar o cuidado de não fazer uso eleitoral do patrocínio. Além disso, nos eventos patrocinados também deve ser excluída a logomarca do Governo Federal durante o período eleitoral.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 77.](#)

**36. Há alguma restrição para o uso de e-mails oficiais pelos servidores públicos e agentes públicos em geral?**

Sim. Esse veículo de comunicação deve ser utilizado apenas para fins institucionais, não devendo ser utilizado para divulgação de material de campanha eleitoral, ou para qualquer finalidade correlata.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 73, inciso VI, alínea 'b'.](#)

**37. Os agentes públicos podem usar/repassar cartão de visita durante o período das restrições eleitorais?**

Tendo em vista que o agente público não é candidato, não há restrições quanto a usar ou repassar cartões de visitas no desempenho de suas funções institucionais/públicas. Destaque-se que se trata aqui de procedimento de relacionamento público-social, sem qualquer característica de publicidade institucional.

Fundamentação: [Lei nº 9.504/1997, art. 77.](#)