

São Paulo, 19 de janeiro de 2024.

Aos Excelentíssimos Senhores Ministros
Alexandre de Moraes, Presidente do Tribunal Superior Eleitoral e
Carmen Lúcia, Vice-Presidente do Tribunal Superior Eleitoral

Cumprimentando-os cordialmente, a Transparência Brasil, em nome do Fórum de Direito de Acesso a Informações Públicas (coalizão de 31 organizações e pesquisadores dedicados à defesa da Lei de Acesso à Informação e à transparência pública) apresenta sugestão à [minuta sobre “Ilícitos eleitorais”](#), em atendimento à convocatória para audiências públicas sobre as Resoluções da Corte aplicáveis às Eleições de 2024.

As sugestões fazem referência ao Capítulo V - Das condutas vedadas às(aos) agentes públicas(os):

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

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

2. 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.

3. 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.