



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBATIBA
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

CONTROLADORIA GERAL

INSTRUÇÃO NORMATIVA SCS Nº. 001/2020

Versão: 01

Aprovação em: 22/06/2020

Ato de Aprovação: Decreto nº 078/2020

Unidade Responsável: Gabinete do Prefeito.

Dispõe sobre os procedimentos que devem ser adotados para publicidade em período eleitoral.

CAPÍTULO I

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

SEÇÃO I

Da Finalidade

Art. 1º. Estabelecer procedimentos para disciplinar a publicidade realizada pelo setor de Comunicação Social da Prefeitura Municipal de Ibatiba em ano eleitoral e dar orientações relativas às demais ações de comunicação realizadas pela municipalidade;

Parágrafo único. Nos termos do §1º do art. 37 da Constituição Federal, a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Art. 2º. São proibidas aos agentes públicos, servidores ou não, as condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos nos pleitos eleitorais.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE IBATIBA
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO**

CONTROLADORIA GERAL

SEÇÃO II

Da Abrangência

Art. 3º. Abrange toda publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas das Secretarias e setores públicos municipais.

SEÇÃO III

Dos Conceitos

Art. 4º. Para os fins desta Instrução Normativa considera-se:

I - SCS: Sistema de Comunicação Social;

II - Período Eleitoral: aquele cujo início se dá três meses antes do primeiro turno das eleições presidenciais, podendo estender-se até o segundo turno, quando houver;

III - Publicidade institucional: a que se destina a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados das Secretarias e dos Setores do Poder Executivo Municipal, com o objetivo de atender ao princípio 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;

IV - Publicidade de utilidade pública: a 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;

V - Publicidade mercadológica: a que se destina a alavancar vendas ou promover produtos e serviços no mercado;



**PREFEITURA MUNICIPAL DE IBATIBA
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO**

CONTROLADORIA GERAL

VI - Publicidade legal: a que se destina à divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos, normas e de outras informações das secretarias e setores do Poder Executivo Municipal, com o objetivo de atender a prescrições legais;

VII - Peças e materiais de publicidade: os elementos isolados de uma ação publicitária ou integrantes de uma campanha;

VIII - Patrocínio: a ação de comunicação que busca agregar valor à marca, consolidar posicionamento, gerar identificação e reconhecimento, estreitar relacionamento com público de interesse, ampliar venda de produtos e serviços, divulgar programas e políticas de atuação, por meio da aquisição do direito de associação da imagem do Poder Executivo Municipal, enquanto patrocinador de projetos de iniciativa de terceiros;

IX - Promoção: a ação de comunicação que emprega, predominantemente, técnicas de incentivo e de envolvimento de públicos de interesse dos órgãos e entidades do Poder Executivo Municipal, com o objetivo de estabelecer e estreitar relacionamentos, fidelizar segmentos de clientes, estimular conhecimento, experimentação, interação, engajamento, incremento de vendas ou propiciar a vivência de situações positivas com marcas, conceitos ou políticas públicas;

X - Relações com a imprensa: a ação que reúne estratégias organizacionais para promover e reforçar a comunicação dos órgãos e entidades do Poder Executivo Municipal com seus públicos de interesse, por meio da interação com profissionais da imprensa, numa atuação democrática, diversificada e transparente;

XI - Propriedades digitais: os portais e sítios dos órgãos e entidades do Poder Executivo Municipal na internet, seus perfis em redes sociais, bem como aplicativos móveis e dispositivos digitais disponibilizados a seus públicos de relacionamento;

XII - Placas de obras ou de projetos de obras: os painéis, outdoors, adesivos, tapumes e quaisquer outras formas de sinalização que cumpram função de



**PREFEITURA MUNICIPAL DE IBATIBA
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO**

CONTROLADORIA GERAL

identificar ou divulgar obras e projetos de obras de que participe o Município, direto ou indiretamente;

XIII - Marca: a representação simbólica, sinal, signo, símbolo ou ícone, desenho/ logotipo ou qualquer representação gráfica por meio da qual um órgão ou entidade comunica sua missão, seu posicionamento, uma meta ou um diferencial oferecido à sociedade e aos públicos de relacionamento;

XIV - Assinatura do Governo Municipal: a chancela nas ações de comunicação para indicar a autoria nas mensagens transmitidas, promover a transparência da comunicação de governo e o controle social quanto ao uso de recursos públicos.

SEÇÃO IV

Da Base Legal

Art. 5º. Esta Instrução Normativa tem como base legal Constituição Federal de 1988, Lei Complementar nº 38 de 31 de dezembro de 2009 que “Dispõe sobre o Estatuto dos Servidores Públicos do Município de Ibatiba/ES”, Lei Orgânica Municipal e a Lei nº 9504/1997 (Estabelece Normas Para Eleições);

CAPÍTULO II

DAS RESPONSABILIDADES

Art. 6º. No desempenho das atribuições é responsabilidade do Setor de Comunicação Social:

I – realizar a assessoria de comunicação do Chefe do Executivo Municipal, compreendendo publicidade, propaganda, jornalismo, inclusive assessoria de imprensa;





**PREFEITURA MUNICIPAL DE IBATIBA
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO**

CONTROLADORIA GERAL

- II** - execução da publicidade e da propaganda do Poder Executivo Municipal;
- III** - administração do site oficial da Prefeitura Municipal, articulando-se com os demais setores para a permanente atualização dos dados e informações;
- IV** - prestação de assessoria de comunicação aos Secretários Municipais, compreendendo divulgação, jornalismo e relações com a mídia;
- V** - atendimento a jornalistas, prestando informações ou providenciando o encaminhamento à área específica do assunto em pauta;
- VI** - relacionamentos com os órgãos da mídia;
- VII** - divulgação das potencialidades do Município;
- VIII** - execução das atividades que sejam necessárias à promoção da imagem institucional da Prefeitura e do Município junto à população e no contexto estadual e nacional, naquilo que couber;
- IX** - promover a divulgação e a implementação desta Instrução Normativa, mantendo-a atualizada, orientando as unidades executoras e supervisionar sua aplicação;
- X** - promover discussões técnicas com as unidades executoras e com a unidade central de controle interno, para definir as rotinas de trabalho e os respectivos procedimentos de controle que devem ser objeto de alteração, atualização ou expansão.

CAPÍTULO III

DA COMUNICAÇÃO EM ANO ELEITORAL



SEÇÃO I

Da suspensão da publicidade

Art. 7º. Ficam suspensas durante o período eleitoral, 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.

Art. 8º. Para os fins desta Instrução Normativa, a publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral compreende as espécies abaixo descritas:

I - a publicidade institucional;

II - a publicidade de utilidade pública;

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

Art. 9º. Não se incluem no âmbito da publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral as ações publicitárias referentes à:

I - publicidade legal;

II - publicidade de utilidade pública reconhecida como de grave e urgente necessidade pública pela Justiça Eleitoral;

III - publicidade mercadológica de produtos ou serviços que tenham concorrência no mercado; e

IV - publicidade destinada a público constituído de estrangeiros, realizada no país ou no exterior.



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBATIBA
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

CONTROLADORIA GERAL

Parágrafo único. A publicação de atos oficiais ou meramente administrativos, como é o caso da publicidade legal, não caracterizará publicidade institucional, por não apresentar conotação eleitoral.

Art. 10. O servidor responsável pela Comunicação Social deverá com a necessária antecedência, mandar suspender a publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral que esteja sendo veiculada nos meios de comunicação e divulgação, em decorrência de termos de contrato, convênios, parcerias ou ajustes similares com ele firmados e obter a comprovação inequívoca de que solicitou tal providência.

Parágrafo único. Caberá ao servidor responsável pelo Setor de Comunicação Social manter registros claros de que a publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral foi veiculada, exibida, exposta ou distribuída antes do período eleitoral para, caso necessário, apresente prova junto à Justiça Eleitoral.

Art. 11. O servidor responsável pela Comunicação Social deverá, com a necessária antecedência, mandar retirar de suas propriedades digitais toda e qualquer publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, nos termos dos arts. 8 e 9 desta Instrução Normativa, tais como filmes, vinhetas, vídeos, anúncios, painéis, banners, posts, marcas, slogans e qualquer conteúdo de natureza similar.

§ 1º Caberá ao servidor responsável guardar a comprovação inequívoca de que solicitou tal providência e manter registros claros de que a publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral foi veiculada, exibida ou exposta antes do período eleitoral para, caso necessário, apresente prova junto à Justiça Eleitoral.

Art. 12. Cabe aos integrantes da Comunicação Social zelar pelos conteúdos divulgados em suas propriedades digitais, ainda que tenham suspenso a veiculação da publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, e tomar todas as providências cabíveis para que não haja descumprimento da proibição legal.

Parágrafo único. Os cuidados acima mencionados, deverão abranger os links disponibilizados nas propriedades digitais dos integrantes da Comunicação Social, que poderão direcionar, indevidamente, o cidadão para sítios de terceiros que





PREFEITURA MUNICIPAL DE IBATIBA
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

CONTROLADORIA GERAL

promovam candidatos, configurando violação ao art. 57-C, §1º, inciso II, da Lei nº 9.504, de 1997, mesmo que não haja a veiculação, exibição ou exposição de peça publicitária em si.

SEÇÃO II

Da promoção e do patrocínio

Art. 13. As ações promocionais e de patrocínio não estão abrangidas pela vedação prevista no art. 07 desta Instrução Normativa, estando apenas sujeitas ao controle as peças e os materiais publicitários utilizados e/ou distribuídos nessas ações, cuja natureza esteja alinhada ao disposto no art. 08 desta Instrução Normativa.

Parágrafo único. Fica vedada a contratação com recursos públicos de shows artísticos para inauguração de obras ou lançamento de serviços públicos, nos termos do art. 75 da Lei nº 9.504, de 1997.

Art. 14. Também não estão sujeitos ao controle da legislação eleitoral:

I - a mera divulgação da marca municipal, por iniciativa de terceiros como contrapartida do patrocínio recebido;

II - as despesas com a manutenção de centros culturais e desportivos; e

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

§ 1º A aplicação da marca do Governo Municipal, em decorrência de contrapartida de patrocínio, deverá ser acompanhada da expressão "Governo Municipal" em face da vedação disposta no art. 11 desta Instrução Normativa.



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBATIBA
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

CONTROLADORIA GERAL

§ 2º A orientação disposta no parágrafo anterior visa promover a transparência da comunicação de governo e o controle social quanto ao uso de recursos públicos pelos órgãos e entidades do Poder Executivo Municipal, em que não se pode prescindir da identificação (assinatura) do responsável pela ação.

Art. 15. Cabe aos integrantes da Comunicação Social zelar por suas ações promocionais e de patrocínio, cuja natureza esteja alinhada, por analogia, ao disposto no art. 08 desta Instrução Normativa, no sentido de evitar que, por meio delas, a vontade do eleitor seja influenciada por plataformas ou projetos de candidatos.

SEÇÃO III

Das relações com a imprensa

Art. 16. No âmbito das ações de relacionamento com a imprensa, os integrantes da Comunicação Social poderão disponibilizar releases a jornalistas, inclusive em áreas de livre acesso de suas propriedades digitais, observadas, por analogia, as vedações de conteúdo dispostas para a publicidade em período eleitoral nesta Instrução Normativa.

§ 1º Os integrantes da Comunicação Social deverão evitar em seus releases conteúdos ou análises que envolvam emissão de juízo de valor referente a ações, políticas públicas e programas sociais, bem como comparações entre diferentes gestões de governo.

§ 2º Os releases à imprensa dos integrantes da Comunicação Social deverão, preferencialmente, focar nas informações de interesse direto do cidadão vinculadas à prestação de serviços públicos, observando-se o disposto nos arts. 8 e 9 desta Instrução Normativa, por analogia.

SEÇÃO IV



CONTROLADORIA GERAL

Da suspensão de pronunciamentos de autoridades

Art. 17. Fica vedada no período eleitoral a veiculação ou exibição nas propriedades digitais da Prefeitura Municipal de Ibatiba de discursos, entrevistas ou qualquer tipo de pronunciamento de autoridade que seja candidata a cargo político nas eleições.

Parágrafo único. Os pronunciamentos veiculados ou exibidos antes do período eleitoral poderão ser mantidos nas propriedades digitais, desde que em área sem destaque e devidamente datados para que se possa comprovar o período de sua gravação e veiculação.

Art. 18. Fica vedado no período eleitoral fazer pronunciamento em cadeia de rádio e 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, nos termos do art. 73, inciso VI, alínea 'c', da Lei nº 9.504, de 1997.

SEÇÃO V

Da suspensão em redes sociais

Art. 19. Fica vedada no período eleitoral a inclusão de posts nos perfis do órgão e em redes sociais, observados os Arts. 8 e 9 desta Instrução Normativa.

Art. 20. Os posts anteriores ao período eleitoral, de conteúdos sujeitos à legislação eleitoral, poderão ser mantidos no perfil, desde que devidamente datados, para que se possa comprovar o período de sua inclusão.

§ 1º Esses posts não poderão ser reeditados nem promovidos pelos integrantes da Comunicação Social, de forma a obter novo destaque na linha do tempo do seu perfil em redes sociais.

§ 2º Nos casos em que o post for destacado na linha do tempo do perfil do integrante da Comunicação Social, em decorrência de eventual comentário externo



CONTROLADORIA GERAL

realizado no período das eleições, o referido post deverá ser imediatamente ocultado ou excluído.

Art. 21. 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, observados os arts. 08 e 09 desta Instrução Normativa.

SEÇÃO VI

Da suspensão de interatividade

Art. 22. Por medida de cautela, as áreas para comentários e interatividade com o público nas propriedades digitais da Prefeitura de Ibatiba deverão ser suspensas durante o período eleitoral.

§ 1º Os integrantes da Comunicação Social deverão divulgar nota explicativa em suas propriedades digitais, conforme modelo disposto no item I do Anexo I desta Instrução Normativa, com vistas a justificar a suspensão para a sociedade.

§ 2º A suspensão prevista neste artigo não se aplica nos casos de grave e urgente necessidade pública ou quando avaliada a impossibilidade ou inadequação da suspensão das áreas de interatividade pelo órgão, que deverá intensificar os trabalhos de moderação e intervenção nos comentários com vistas a inibir aqueles que firam a legislação eleitoral e, conseqüentemente, causem responsabilização imputada pela Justiça Eleitoral.

Art. 23. Nos perfis em redes sociais em que não seja possível a suspensão da área de comentários e interatividade, os integrantes da Comunicação Social deverão vedar a inclusão de postagens que contenham termos que possam caracterizar propaganda eleitoral, tais como a divulgação de nomes e números de candidatos, siglas e nomes de partidos políticos, slogans de campanhas partidárias, bem como



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBATIBA
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

CONTROLADORIA GERAL

de palavras-chave, tais como eleições, segundo turno ou outras nomenclaturas da espécie.

§ 1º Nessas redes sociais, todos os comentários deverão ser cuidadosamente moderados, sendo excluídos aqueles de cunho eleitoral, eventualmente não filtrados pelos mecanismos automáticos de vedação.

§ 2º As diretrizes de moderação em período eleitoral deverão ser divulgadas pelos integrantes da Comunicação Social nos "termos de uso" da rede social e por meio de nota explicativa, conforme modelo disposto no item II do Anexo I desta Instrução Normativa.

§ 3º Além dos mecanismos automáticos de vedação, dispostos neste artigo, os integrantes da Comunicação Social deverão intensificar os trabalhos de moderação e intervenção nos comentários incluídos nos seus perfis em redes sociais, com vistas a inibir postagens que firam a legislação eleitoral e, conseqüentemente, causem responsabilização imputada pela Justiça Eleitoral.

SEÇÃO VII

Dos bancos de imagens e acervos

Art. 24. Poderão ser mantidos nas propriedades digitais da Comunicação Social, os bancos de imagens relativos a fotos, arquivos de vídeo e infográficos, desde que devidamente datados e mantidos em áreas sem destaque.

Art. 25. Também poderão ser mantidos nas propriedades digitais dos integrantes da Comunicação Social e nos ambientes digitais de terceiros, os acervos de ações de publicidade desenvolvidas em anos anteriores, desde que conste de forma inequívoca os respectivos períodos de veiculação, exibição, exposição ou distribuição.



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBATIBA
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

CONTROLADORIA GERAL

SEÇÃO VIII

Da suspensão do uso da marca do Governo Municipal

Art. 26. Fica suspensa, durante o período eleitoral, toda e qualquer forma de divulgação da marca do Governo Municipal, na publicidade ou em qualquer ação de comunicação, observado o disposto no inciso I do art. 9 desta Instrução Normativa.

§ 1º A suspensão prevista neste artigo se estende à aplicação da marca do Governo Municipal em qualquer suporte utilizado como meio de divulgação.

§ 2º Considera-se para fins da presente suspensão, a marca do Governo Municipal, vigente ou anterior, 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.

SEÇÃO IX

Da suspensão da marca do Governo Municipal em placas de obras

Art. 27. As placas de obras ou de projetos de obras de que participe o Município, direta ou indiretamente, deverão ser alteradas para exposição durante o período eleitoral.

Parágrafo único. A alteração prevista neste artigo consistirá na retirada ou na cobertura da marca do Governo Municipal mencionada no §2º do art. 26 desta Instrução Normativa.

Art. 28. Faculta-se a retirada da placa de obra ou de projeto de obra, como alternativa ao disposto no artigo anterior, se for mais conveniente pelo Município.

Parágrafo único. A alternativa de retirada da placa de obra ou de projeto de obra, prevista neste artigo, não se aplica nos casos de divulgação obrigatória, disposta no



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBATIBA
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

CONTROLADORIA GERAL

art. 16 da Lei nº 5.194, de 24 de dezembro de 1966, do art. 14 da Lei nº 12.378, de 31 de dezembro de 2010, ou de outras normas correlatas.

Art. 29. Configurar-se-á propaganda institucional vedada, a manutenção de placas de obras ou de projetos de obras instaladas anteriormente ao período eleitoral, quando delas constar expressões que possam identificar autoridade, servidores ou administrações cujos cargos estejam em disputa eleitoral.

SEÇÃO X

Da suspensão da marca do Governo Municipal em propriedades digitais

Art. 30. Durante o período eleitoral, a marca do Governo Municipal, deverá ser retirada pelos integrantes da Comunicação Social de suas propriedades digitais, tais como portais e sítios na internet, perfis em redes sociais, aplicativos móveis, dentre outros dispositivos digitais.

Art. 31. Caso a marca do Governo Municipal esteja presente em propriedades digitais de outros entes públicos ou privados, em decorrência de termos de contrato, convênios, parcerias ou de ajustes similares firmados, cumpre ao órgão ou entidade demandar formal e tempestivamente a sua retirada.

Parágrafo único. Nesses casos, o órgão ou entidade deverá certificar-se de que sua solicitação foi devidamente atendida e guardar a comprovação inequívoca de que demandou tais providências para, caso necessário, apresente prova junto à Justiça Eleitoral.

CAPÍTULO IV

DOS PEDIDOS DE AUTORIZAÇÃO À JUSTIÇA ELEITORAL

Art. 32. A publicidade submetida ao controle da legislação eleitoral que, a juízo das secretarias e setores da Prefeitura Municipal de Ibatiba, possa ser reconhecida



PREFEITURA MUNICIPAL DE IBATIBA
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

CONTROLADORIA GERAL

como de grave e urgente necessidade pública para fins de veiculação, exibição, exposição ou distribuição durante o período eleitoral, deverá ser apresentada à Comunicação Social, com pedido de encaminhamento à Justiça Eleitoral para autorização de sua realização.

Art. 33. Os pedidos de encaminhamento à Justiça Eleitoral, enviados à Comunicação Social, deverão estar acompanhados:

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

II - das respectivas peças e/ou materiais publicitários, em duas vias;

Art. 34. As peças e/ou materiais publicitários só poderão ser veiculados, exibidos, expostos ou distribuídos na forma aprovada pela Justiça Eleitoral, observadas as eventuais modificações por ela determinadas.

Art. 35. Também estão sujeitos à regra deste artigo os textos para pronunciamentos em cadeias de rádio e televisão.

CAPÍTULO V

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Art. 36. 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, de 1997.

Art. 37. Eventuais impropriedades ocorridas em descumprimento da presente instrução, que não puderem ser sanadas pela Comunicação Social, deverão ser comunicadas formalmente ao Chefe do Poder Executivo.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE IBATIBA
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO**

CONTROLADORIA GERAL

Art. 38. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.

Ibatiba, 22 de junho de 2020.

LUCIANO MIRANDA SALGADO
Prefeito Municipal

ANDRESSA PEREIRA DA SILVA
Controladora-Geral do Município



ANEXO I

MODELOS DE NOTAS EXPLICATIVAS

I - Suspensão de interatividade nas propriedades digitais:

Caro leitor/internauta,

O espaço para comentários deste canal está temporariamente desabilitado, por medida de cautela, em observância à legislação eleitoral. A suspensão permanecerá até o final do primeiro, ou segundo turno das eleições gerais, se for o caso.

Durante esse período, os pedidos de informações poderão ser encaminhados para o Serviço de Informação ao Cidadão – SIC.

II - Diretrizes de moderação em período eleitoral:

Caro leitor/internauta,

O espaço para comentários deste canal foi adaptado, por cautela, em observância à legislação eleitoral.

Serão moderados e passíveis de não publicação e/ou exclusão os comentários de cunho eleitoral, que contenham termos que possam caracterizar propaganda eleitoral, tais como a divulgação de nomes e números de candidatos, siglas e nomes de partidos políticos, slogans de campanhas partidárias, bem como palavras-chave, tais como eleições, segundo turno ou outras nomenclaturas dessa espécie.

Essa restrição permanecerá até o final do primeiro, ou segundo turno das eleições gerais, se for o caso.