



**EXMO. SR. PRESIDENTE DO EGRÉGIO TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE SÃO PAULO.**

**Ref. Autorização para publicidade institucional em ano eleitoral**

**O SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO (SINAPRO SP)**, entidade com sede em São Paulo, Capital, à Avenida Brigadeiro Faria Lima n. 1656, 2º andar, CEP 01451-00 (Docs. 2 e 3 – Estatuto Social e Ata de Eleição), por seu Presidente e por seus advogados que esta subscrevem (doc.n.1), vem, respeitosamente, a V. Exa. para expor e requerer o que segue.

1 – O SINAPRO SP é a entidade representativa da categoria econômica das agências de publicidade em âmbito estadual.

Dentre as finalidades desta entidade, conforme dispõe seu Estatuto Social, está a de

*“Representar, perante os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, os interesses gerais da categoria integrante da atividade econômica das Agências de Propaganda e Publicidade e, de igual forma, os interesses individuais e coletivos de suas Filiadas”.*

Assim, nessas condições, vem expor o que segue.

2 – Muitas agências de publicidade atendem contas públicas para divulgação da publicidade institucional e de utilidade pública de Prefeituras Municipais, Câmaras de Vereadores e outros órgãos da administração pública direta e indireta.

3 – Neste ano de eleições municipais, a Lei Eleitoral, de n. 9.504/97, estabelece restrições quanto à realização de publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais ou das respectivas entidades da administração indireta. Neste ano, a restrição se aplica à administração pública municipal.



**4** – Conforme o artigo 73 da citada lei 9.504/97 e resoluções do TSE, neste ano os órgãos públicos municipais não poderiam realizar publicidade institucional além do dia 04 de julho e em valor que exceda a média de gastos nos últimos três anos, em seus respectivos primeiros semestres.

**5** – Outrossim, nos termos do inciso VI, alínea “b” do artigo 73 da Lei Eleitoral, nos três meses que antecedem o pleito, é vedada a realização de publicidade institucional – portanto, aí inclusa a de utilidade pública - com a exceção na realização de propaganda de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado.

Na parte final da citada alínea “b” do referido dispositivo legal, prevê-se a possibilidade de que seja possível a realização de publicidade institucional, **em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral.**

**6** – Assim, temos duas condicionantes para a realização de publicidade institucional em ano eleitoral:

- a) Que no primeiro semestre do ano eleitoral, a publicidade institucional da administração pública (neste caso, a Municipal) tenha seu valor limitado à média dos três últimos anos, referente aos seus primeiros semestres;
- b) Que no trimestre que antecede o pleito, é vedada a publicidade institucional (excluídos os casos em que a propaganda seja de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado), salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral.

**7** - Ocorre que o Brasil vive momentos de extrema gravidade com a ocorrência da pandemia do novo coronavírus – COVID 19, inclusive com a decretação de calamidade pública em âmbito nacional, que vigorará até o dia 31 de dezembro do corrente ano.

As recomendações feitas pelas autoridades sanitárias são as de que, dentre outras, a população se recolha a seus lares, de forma a evitar a propagação do vírus; que tomem precauções quanto ao contato com outras pessoas e que proceda de forma a impedir a propagação deste e de outros vírus respiratórios.

Dentre essas recomendações estão:

- A população deve se recolher em seus lares durante o período crítico da disseminação do vírus;

- Pessoas idosas e pessoas com condições crônicas graves devem tomar precauções especiais, pois correm maior risco de desenvolver uma doença grave de COVID-19.

- Se as pessoas detectarem estar com febre, tosse ou dificuldade em respirar, tenha viajado para países ou regiões de alto risco ou esteve em contato próximo com alguém com COVID-19 nos 14 dias antes de começar a se sentir doente, devem procurar assistência e orientação médica.

- Antes de ir a hospitais, ambulatórios, consultórios médicos ou serviços de emergência, as pessoas devem ligar com antecedência e informar sobre sua recente viagem ou exposição a contatos com a infecção e seus sintomas.

Todas essas informações vêm sendo divulgadas pelas autoridades federais, estaduais e municipais, bem assim pela imprensa e por entidades públicas e privadas e devem continuar a sê-lo, até a erradicação do vírus.

8 – As prefeituras municipais, praticamente sem exceção, estão atuando de forma a orientar a população do município para a prevenção ao citado mal, através da publicidade institucional.

Ocorre, entretanto, que tais campanhas de orientação e informação pelas autoridades municipais deverão ser mantidas durante todo o período em que o COVID 19 não for erradicado, o que por certo se estenderá pelo período que antecede a realização das eleições, no qual a publicidade institucional é vedada.

9 – Em face da evidente excepcionalidade do momento e em que foi decretada calamidade pública em âmbito nacional, esta entidade, na condição de representante da categoria econômica das agências de publicidade em âmbito estadual, vem requerer:

- a) Mesmo que de forma antecipada, requer a esse Tribunal Eleitoral de São Paulo, que reconheça a situação de gravidade e de urgência necessidade pública e permita a continuidade na orientação e informação da população de cada cidade do Estado de São Paulo, pelos órgãos públicos municipais (Prefeituras, Câmaras Municipais e órgãos da administração indireta), através

da publicidade institucional, durante o período de vedação a que se refere a alínea “b” do inciso VI do artigo 73 da Lei Eleitoral;

- b) Que durante o primeiro semestre do ano de 2020 (assim como nos três meses que antecedem o pleito, bem como durante o pleito), as despesas de realização de publicidade institucional **destinada exclusivamente a campanhas de orientação e informação na prevenção do COVID 19, não sejam restritas à média de gastos havidos nos últimos três anos, primeiros semestres de cada ano.**

**10** – É importante destacar que a grande maioria dos municípios paulistas tiveram despesas em publicidade institucional, nos últimos três anos e referentes aos primeiros semestres de cada ano, em valores bastante exíguos. Muitos, aliás, não têm condições de realizar qualquer publicidade institucional neste semestre, em face à referida restrição da lei eleitoral.

Em face à excepcionalidade do momento mundial decorrente do COVID 10, é evidente a gravidade da situação porque passam todos os brasileiros e urgente necessidade de que sejam orientados e informados, notadamente e inclusive pelas autoridades públicas.

A orientação e informação sobre a prevenção e combate ao vírus e sobre o atendimento às pessoas infectadas, é de imprescindível importância e deve também ser feita pelas Prefeituras Municipais e órgãos da administração direta e indireta.

Em pequenas cidades, essas orientações e informações são prestadas inclusive por carros de som, serviços de som em praças públicas, por rádios locais de pequeno alcance e por jornais semanais. Tais serviços de publicidade são realizados pelas Prefeituras Municipais e de forma indispensável, utilizando os meios mais recomendados para atingir o público destinatário.

Sejam grandes, médias ou pequenas cidades, a orientação e informação da população pelas autoridades públicas, é urgente, necessária e contínua, até a erradicação do COVID 19.

**11** – Dessa forma, reitera-se o requerimento para que **(i) seja permitida, durante o período vedado pela Lei Eleitoral (alínea “b” do inciso VI do artigo 73) a publicidade institucional dos Municípios paulistas (Prefeituras, Câmaras de**



**Vereadores e órgãos da administração indireta) destinada exclusivamente na orientação e informação da população sobre o COVID 19 e (ii) que as despesas de publicidade das campanhas publicitárias institucionais realizadas no primeiro semestre (além do período supra referido) destinadas EXCLUSIVAMENTE para o mesmo fim, não sejam limitadas à média de gastos em publicidade institucional nos últimos três anos – primeiros semestres de cada ano – que antecedem o pleito de 2020.**

**É o que se requer.**

**São Paulo, 30 de março de 2020.**

**EDUARDO GODOY**

**Presidente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO SP.**

**Paulo Gomes de Oliveira Filho**

**OAB/SP. 30.453**

**Mariana S. Leite Galvão**

**OAB/SP. 169.057**

**Letícia Mara de Moura Livreri**

**OAB/SP. 185.501**