

**ORIENTAÇÃO TÉCNICA N° 001/2021**

***Orientação Técnica sobre uso das redes sociais institucionais da Prefeitura Municipal de Itaitinga/CE.***

A presente orientação técnica visa esclarecer e orientar aos Gestores e Técnicos municipais sobre o uso das redes sociais institucionais do município para promoção pessoal.

Inicialmente é importante destacar que o marketing pessoal virou uma importante ferramenta na nossa sociedade, no qual foi facilitado com o surgimento das redes sociais, tendo em vista a explosão de informações, inclusive a respeito de nossos representantes, assim como membros do alto Poder judicial. Logo começou a atrair o interesse do público antes desinteressado.

Com assíduo interesse político com informações diárias, nasceu o marketing pessoal dos políticos, mostrando que o trabalho dele é “efetivo”, que ele faz algo para a sociedade, que honra o voto nele confiado.

Iniciando uma discussão sobre os princípios constitucionais e sua violação.

**PRINCÍPIOS**

A Constituição Federal estabelece no caput do artigo 37, princípios norteadores em que a administração pública deverá obedecer.

“Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.”

A impessoalidade, segundo Professor Celso Antonio Bandeira de Mello:

“Nele se traduz a ideia que a Administração tem que tratar a todos os administrados sem discriminações, benéficas ou detrimen-tosas. Nem favoritismo nem perseguições são toleráveis. Simpatias ou animosidades pessoais, políticas ou ideológicas não podem interferir na atuação administrativa e muito menos interesses sectários, de facções ou grupos de qualquer espécie. O princípio em causa não é se não o próprio princípio da igualdade ou isonomia”.

## SECRETARIA DA CONTROLADORIA E OUVIDORIA GERAL

O princípio da impessoalidade, é o princípio associado à supremacia do interesse público. Entende-se que o aparato administrativo deve estar a serviço do verdadeiro titular do poder e do patrimônio público: o povo. Ou seja, onde há pessoalidade, há desvio de finalidade, há a utilização da administração pública para finalidades pessoais e não para servir aos interesses coletivos.

Há que se ter em conta, então, que o princípio da impessoalidade constitui vetor de proibição para que os agentes públicos pratiquem a promoção pessoal em decorrência das atividades desenvolvidas e custeadas com recursos do erário.

### PUBLICIDADE

A publicidade dos atos públicos também estão entabulados no artigo 37 da Constituição, assim sendo, os atos da administração. Tem como obrigatoriedade a sua publicidade. Mas publicidade essa vinculada a administração e não o servidor que o fez.

“Art. 37 (...)

§ 1º 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.”

No entanto, o que se visualiza na prática, principalmente em mídias sociais, são os atos dos servidores (políticos) e não da administração.

Dessa forma, entende-se que a divulgação de atividades e ações oficiais por meio das redes sociais institucionais devem, via de regra, seguir os imperativos do mencionado § 1º do artigo 37, no sentido de ostentarem natureza educativa e informativa, o que irá requerer dos agentes públicos o máximo de cuidado e bom senso ao utilizar-se de tal meio de comunicação, de uso tão constante na atualidade.

Diante disso, a Secretária da Controladoria e Ouvidoria Geral, se coloca à disposição para demais esclarecimentos, porventura necessários.

Atenciosamente,

*Ériton Prudêncio P. Gomes*

**Ériton Prudêncio P. Gomes**

Secretário da Controladoria  
e Ouvidoria Geral

*Sérgio Henrique Justa*  
**Sérgio Henrique da Justa Filho**

Gerente de Normatização e  
Orientação Técnica