

AROM — ASSOCIAÇÃO RONDONIENSE DE MUNICÍPIOS

Comunicação AROM · Municipalismo forte se faz com a participação de todos

CARTILHA DE ORIENTAÇÃO

Comunicação e Redes Sociais das Prefeituras no Defeso Eleitoral

Eleições Gerais 2026

Guia para prefeitos e prefeitas, técnicos e servidores que operam as redes sociais das prefeituras, com atenção especial ao fato de que, em 2026, a eleição é para governador, senadores e deputados.

Período: 4 de julho a 25 de outubro de 2026

Base legal: Lei nº 9.504/1997 (arts. 73–78) · CF, art. 37, §1º · Resoluções TSE nº 23.735/2024, 23.610/2019 e 23.760/2026

1. Apresentação

A Associação Rondoniense de Municípios (AROM) orienta as prefeituras dos 52 municípios de Rondônia sobre as regras que passam a valer no chamado defeso eleitoral. Esta cartilha foi elaborada em linguagem direta para apoiar prefeitos, prefeitas, secretários, técnicos e, sobretudo, os servidores que operam no dia a dia os perfis oficiais das prefeituras nas redes sociais, trazendo o embasamento legal, a jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e exemplos práticos.

O objetivo é permitir que a prefeitura siga informando e prestando serviço à população, sem incorrer em condutas vedadas que possam gerar multas, representações e, em casos graves, cassação de diploma de candidatos beneficiados e inelegibilidade de gestores. A regra de ouro é a prudência: **na dúvida, não publique no canal oficial e consulte o jurídico.**

2. O que é o defeso eleitoral

É o conjunto de restrições impostas à Administração Pública nos **três meses que antecedem as eleições**, até a posse dos eleitos, para evitar o uso da máquina pública em favor de candidaturas e assegurar a igualdade da disputa. A base está, principalmente, nos **artigos 73 a 78 da Lei das Eleições (Lei nº 9.504/1997)**, no **art. 37, §1º, da Constituição** (impessoalidade) e nas resoluções do TSE (nº 23.735/2024, que disciplina as condutas vedadas; nº 23.610/2019, sobre propaganda; e nº 23.760/2026, que fixa o calendário).

Em 2026, o 1º turno ocorre em **4 de outubro**; as principais vedações valem de **4 de julho a 25 de outubro de 2026**, e algumas condutas de pessoal e de repasses seguem até a posse dos eleitos. O defeso **não paralisa** a prefeitura: os serviços continuam; o que muda é o tom e o conteúdo do que se comunica.

3. Atenção especial: em 2026 a eleição é GERAL

Este é o ponto que mais gera confusão. As eleições de 2026 são para presidente, governador, senadores e deputados federais e estaduais — **não são eleições municipais**. Prefeitos e vereadores foram eleitos em 2024, e a próxima disputa municipal é em 2028.

Isso **NÃO** significa que a prefeitura esteja liberada. Significa que o risco muda de lugar: em vez de o prefeito promover a própria reeleição, o perigo passa a ser **a estrutura do município beneficiar os candidatos que o prefeito apoia** — a governador, ao Senado, à Câmara Federal ou à Assembleia Legislativa. A vedação à publicidade institucional e à promoção pessoal vale para todo órgão público em ano eleitoral, e as sanções recaem tanto sobre o agente público responsável quanto sobre o candidato beneficiado.

Pontos de atenção próprios de uma eleição geral

- **O prefeito não é candidato, mas pode ser "beneficiador".** Usar a máquina municipal para favorecer um candidato a governador/deputado é conduta vedada e abuso de poder político.

- **Publicidade "cruzada".** Divulgar obras e serviços do município com a marca da gestão pode beneficiar candidaturas estaduais/federais aliadas (ver seção 9).
- **Repasses estaduais.** Transferências voluntárias de recursos do Estado para o Município ficam restritas no período (ver seção 14).
- **Separação total.** Uma coisa é o prefeito-cidadão, que pode apoiar quem quiser; outra é o chefe do Executivo, que não pode misturar cargo e campanha (ver seção 13).

4. A quem se aplica

O conceito de agente público é amplo e alcança todos os que exercem função pública, ainda que transitoriamente ou sem remuneração:

- **Agentes políticos:** prefeitos, prefeitas, vice-prefeitos, secretários e dirigentes.
- **Servidores:** efetivos, comissionados, temporários, estagiários e terceirizados.
- **Equipes de comunicação:** assessores e servidores que administram sites, portais e perfis oficiais.
- **Todos os canais oficiais:** site, Instagram, Facebook, WhatsApp, YouTube, TikTok, X e demais perfis da prefeitura.

5. Princípio geral: neutralidade e impessoalidade

Por força do art. 37, §1º, da Constituição, a publicidade dos órgãos públicos deve ter caráter **educativo, informativo ou de orientação social**, sem nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal. No defeso, soma-se a isso a vedação do art. 73, VI, "b", que suspende a publicidade institucional. Resultado prático: os canais oficiais informam e prestam serviço; não celebram conquistas, não exaltam a gestão e não promovem autoridades.

6. O que PODE ser publicado

✓ PERMITIDO — conteúdo informativo e de serviço

- Avisos de utilidade pública: horários e funcionamento de unidades, interdições, serviços essenciais.
- Prestação de serviço ao cidadão: como acessar serviços, documentos, prazos e orientações operacionais.
- Editais, processos seletivos, concursos e convocações.
- Saúde e vacinação, alertas sanitários e de defesa civil (situações de emergência).
- Informações exigidas por transparência e Lei de Acesso à Informação.
- Conteúdo educativo e técnico, objetivo e sem exaltação da gestão.

Atenção: mesmo o conteúdo "informativo" sobre realizações, obras e programas da gestão fica restrito no período. O TSE já decidiu que a vedação alcança a publicidade institucional ainda que

tenha caráter exclusivamente educativo, informativo ou de orientação social. O que é livre é a informação de serviço ao cidadão — não a divulgação de feitos da administração.

7. O que NÃO PODE (condutas vedadas)

✗ VEDADO — publicidade institucional e promoção

- Publicidade de atos, programas, obras, serviços e campanhas com tom de conquista ou realização da gestão.
- Slogans, logomarcas, identidade visual e "marca" da gestão/governo nas publicações e nos perfis.
- Promoção pessoal de autoridades — inclusive posts de parabéns, homenagens e felicitações ao prefeito ou a secretários no perfil oficial.
- Adjetivações, comparações entre gestões e linguagem de valorização ("a maior", "nunca visto", "gestão que faz").
- Nomes e imagens de candidatos ou pré-candidatos, e material de campanha de aliados no canal oficial.
- Inaugurações e "entregas" como evento promocional; shows pagos com recurso público em inaugurações.

8. Foco: prefeito em obras, reuniões e agendas

Pergunta comum: "O prefeito não é candidato — posso postar ele em reunião, visitando obras ou divulgando a agenda no perfil da prefeitura?" **Resposta:** no canal oficial, não.

Esse tipo de conteúdo reúne, ao mesmo tempo, as duas coisas que a lei proíbe no período: divulgar obras/atos da gestão (publicidade institucional) e colocar o nome e a imagem da autoridade (promoção pessoal). E o fato de o prefeito não concorrer não afasta a proibição, por três razões:

- **É ilícito objetivo.** A jurisprudência do TSE é firme: a publicidade institucional em período vedado configura ilícito de natureza objetiva, que independe de intenção eleitoral, de dolo e até de potencial para desequilibrar o pleito. Basta a divulgação no período.
- **Pode beneficiar terceiros.** A máquina municipal pode favorecer candidaturas aliadas (governador, deputados), e a sanção alcança o beneficiário independentemente de anuência (art. 73, §8º).
- **O chefe do Executivo responde.** O TSE afirmou que o prefeito responde pela publicidade divulgada no canal oficial, por seu dever de zelar pelo conteúdo.

Exemplo real: em maio de 2026, o TSE manteve multas ao prefeito e ao vice de Maceió (AL) por placas de obras com frases como "+ uma obra" e a contagem de ruas pavimentadas; o relator registrou que a configuração da conduta independe de dolo ou intenção eleitoral, bastando a publicidade institucional irregular no período proibido — ainda que a logomarca, isoladamente, não caracterizasse promoção pessoal.

Como resolver na prática

Evite no oficial: "agenda do prefeito", "prefeito visita obra X", "prefeito em reunião", fotos com a autoridade em destaque e tom de conquista.

Pode no oficial: o serviço útil ao cidadão, de forma neutra e sem protagonismo da autoridade.
Ex.: "A pavimentação da Rua X entra em nova fase; o trânsito será desviado a partir de segunda-feira."

Espaço próprio: a agenda e as visitas do prefeito cabem no perfil pessoal dele (custeado por ele, sem estrutura pública). O TSE entende que divulgar feitos em página pessoal do gestor, sem dispêndio de recursos públicos, não caracteriza publicidade institucional.

9. Publicidade institucional "cruzada" ou indireta

É uma armadilha típica das eleições gerais. Ocorre quando a divulgação de obras e serviços do município — muitas vezes com o slogan ou a identidade da gestão — acaba **promovendo, de forma indireta, candidaturas aliadas** (a governador, deputado ou senador). O TSE já reconheceu como conduta vedada a publicidade institucional indireta ou cruzada, com divulgação de obras realizadas no município e uso de slogans da prefeitura, em prejuízo à igualdade de oportunidades, de caráter objetivo e independentemente da intenção de beneficiar a candidatura.

Tradução para a prática: mesmo sem citar candidato nenhum, um "mutirão" de posts sobre entregas e realizações do município no período eleitoral pode ser lido como reforço à candidatura apoiada pela gestão. Por isso, no defeso, a régua é a mesma: informação de serviço, sim; vitrine de realizações, não.

10. Exemplos práticos

✗ EVITE	✓ PREFIRA
"Prefeito entrega nova UBS e transforma a saúde do município!"	Nova Unidade Básica de Saúde no Bairro X começa a atender segunda, das 7h às 17h. Serviços: clínico geral, vacinação e curativos.
"Gestão que faz! Mais uma obra concluída pelo nosso prefeito."	Trecho da Avenida Y reaberto ao trânsito a partir desta terça-feira.
Post de "Feliz aniversário ao nosso prefeito!" no perfil oficial.	No perfil oficial, evite homenagens a autoridades. Felicitações pessoais cabem em perfis pessoais.
Álbum de fotos "Agenda do prefeito: reuniões e visitas da semana".	Comunicados de serviço resultantes: novos horários, aberturas e mudanças que interessam ao cidadão.
Compartilhar no perfil da prefeitura o material de campanha do candidato a governador apoiado.	Nada disso no canal oficial. Apoio político é feito no perfil pessoal do prefeito, fora da estrutura pública.

✗ EVITE	✓ PREFIRA
Vídeo contando a obra que a Secretaria está executando na cidade (mostrando o andamento, com tom de entrega).	Aviso de serviço: "A Rua X será interditada para obras a partir de segunda; use a Rua Y como desvio." Sem exibir a obra como realização da gestão.
Story do prefeito na sala dele "atendendo a população" (autoridade em destaque no perfil oficial).	Informe o serviço, sem a figura da autoridade: "Atendimento ao cidadão de seg. a sex., 8h-14h; agende pelo (69) XXXX-XXXX." O bastidor do prefeito cabe no perfil pessoal dele.

11. O que precisa ser AJUSTADO no perfil

Além do que será publicado daqui para frente, é preciso rever o que já está no ar: publicações antigas de caráter promocional podem ser irregulares se permanecerem acessíveis durante o defeso, mesmo que publicadas antes de 4 de julho.

⚙️ PROVIDÊNCIAS RECOMENDADAS

- Ocultar/arquivar posts com tom promocional, logomarcas e slogans da gestão e imagens de pré-candidatos ou candidatos.
- Ajustar foto de perfil, capa e biografia: retirar a identidade visual da gestão (marca de governo e slogans de campanha/administração).
- Manter apenas símbolos institucionais permanentes (ex.: brasão oficial do município).
- Avaliar arquivar as publicações ou suspender temporariamente o perfil, retomando após o defeso.
- Com a conta oficial: não seguir, curtir, comentar, compartilhar ou marcar candidatos.
- Considerar desabilitar comentários e redirecionar dúvidas para e-mail/direct.
- Adotar um fluxo de aprovação: todo post passa por checagem antes de publicar.

12. Perfis das secretarias e demais órgãos

Boa parte dos municípios mantém perfis de secretarias, fundos, autarquias, conselhos e programas administrados de forma avulsa — muitas vezes por servidores da própria pasta, sem vínculo direto com a Comunicação oficial. Esses canais descentralizados são um dos maiores focos de risco: nas eleições de 2024, perfis avulsos seguiram publicando durante a campanha e geraram representações eleitorais e até ações de investigação judicial eleitoral (AIJE).

Recomendação: a Secretaria (ou Gerência/Setor) de Comunicação do município deve oficial formalmente os demais secretários, orientando o arquivamento provisório — isto é, a suspensão — desses perfis durante o período eleitoral. A notificação por escrito padroniza a conduta e resguarda a gestão, por documentar a orientação dada.

⚙️ Passo a passo para a Comunicação do município:

- Mapear todos os perfis do município: prefeitura, secretarias, fundos, autarquias, conselhos, programas e campanhas.
- Identificar quem administra cada perfil e quais estão fora do controle da Comunicação oficial.
- Oficiar (notificar por escrito) cada secretário responsável, orientando o arquivamento provisório do perfil durante o defeso.
- Concentrar, no período, as publicações essenciais de utilidade pública no canal oficial da prefeitura.
- Guardar o comprovante da notificação (ofício ou e-mail) como registro da orientação.

Vale o mesmo alerta: até perfis "informativos" de secretarias estão sujeitos às vedações — e os que estão fora do controle da Comunicação são justamente os que mais expõem o município.

13. Marca institucional x marca de gestão

O **brasão e a identidade permanente do município** são institucionais e podem permanecer. Já a **logomarca do governo atual, o slogan da administração e as peças de campanha institucional da gestão** devem sair dos canais oficiais no período. O TSE tem reiteradamente punido a manutenção de slogans e logomarcas de gestão em sites, redes e placas de obras durante o defeso. Na dúvida sobre um elemento visual, consulte o jurídico antes de publicar.

14. O prefeito como cidadão: apoio a candidatos

O prefeito tem o direito constitucional de ter preferências políticas e de apoiar candidatos a governador, senador ou deputado. O que a lei exige é a separação total entre o cidadão e o chefe do Executivo — a máquina pública, paga com recursos de todos, não vira comitê de campanha.

✓ O prefeito PODE (como cidadão)

- Declarar apoio, pedir votos e divulgar propostas do candidato no seu perfil pessoal (conta e celular pessoais, geridos por ele ou por equipe paga pelo partido/campanha).
- Participar de caminhadas, carreatas, comícios e reuniões partidárias fora do horário de expediente, em fins de semana, feriados ou quando licenciado.
- Manifestar-se espontaneamente na internet sobre temas políticos — elogio ou crítica a candidatos não é, por si, propaganda irregular.

✗ O prefeito NÃO PODE

- Usar servidores da prefeitura (efetivos ou comissionados) em atos de campanha durante o expediente.

- Usar a frota municipal (carro do gabinete, van da saúde, ônibus escolar) em carreatas ou para transportar eleitores.
- Compartilhar material de campanha no perfil oficial da prefeitura ou usar a equipe de comunicação pública para produzir peças partidárias.
- Usar prédios, bens, e-mails e grupos de WhatsApp institucionais para fins eleitorais, ou pressionar servidores a apoiar candidaturas (assédio eleitoral).

Importante sobre impulsionamento: o "impulsionar" pago de conteúdo político só pode ser contratado por partidos, federações e candidatos — nunca pela prefeitura ou por conta oficial.

15. Recepção e registro fotográfico de candidatos

Durante a campanha, é comum que prefeitos recebam candidatos e que sejam feitas fotografias — muitas vezes nas dependências da prefeitura, com símbolos públicos ao fundo, e nem sempre com a mesma oportunidade franqueada a todos os candidatos. Essa situação gerou diversas ações nas eleições de 2024 e pede cautela, pois pode embasar alegações de abuso de poder político e de quebra de isonomia entre candidaturas.

Os principais riscos:

- **Quebra de isonomia.** Receber e fotografar um candidato em condições não oferecidas igualmente aos demais pode caracterizar tratamento privilegiado.
- **Uso de bem e símbolo público.** Imagens com brasão, bandeira, fachada ou dependências da prefeitura ao fundo associam a estrutura pública à candidatura.
- **Uso de bem e símbolo público.** Imagens com brasão, bandeira, fachada ou dependências da prefeitura ao fundo associam a estrutura pública à candidatura.
- **Horário não resolve.** Registrar após o expediente não afasta o risco: o local (prédio público) e os símbolos oficiais permanecem.

Recomendação de cautela:

- Evite registros fotográficos com candidatos nas dependências da prefeitura ou com símbolos oficiais ao fundo.
- Trate encontros de caráter político-eleitoral fora das dependências públicas, em ambiente neutro e fora do expediente.
- Se receber candidatos, assegure isonomia — a mesma abertura a todos — e não transforme a visita em ato de campanha.
- Não publique essas imagens nos canais oficiais do município.

16. Além das redes: outras condutas vedadas

As redes sociais são só uma parte. Em ano eleitoral, várias decisões administrativas rotineiras ganham relevância jurídica. Os principais pontos que atingem os municípios:

- **Transferências voluntárias de recursos (art. 73, VI, "a"):** fica proibido o repasse voluntário do Estado para o Município no período, salvo recursos para obra/serviço em andamento com cronograma prefixado e casos de emergência/calamidade formalmente justificados.
- **Distribuição gratuita de bens, valores ou benefícios (art. 73, §10):** vedada no ano da eleição, salvo programas sociais já em execução por lei orçamentária no ano anterior e situações de calamidade. Criar benefício novo ou incrementar de forma robusta um programa no ano eleitoral é irregular.
- **Nomeações, contratações, exonerações e remoções (art. 73, V):** restritas nos três meses anteriores até a posse, com exceções legais (ex.: nomeação de aprovados em concurso homologado até 4/7/2026, cargos em comissão).
- **Uso de bens e servidores (art. 73, I, II e III):** vedado usar bens móveis/imóveis, materiais, servidores e serviços públicos em benefício de campanhas.
- **Shows e inaugurações (arts. 75 e 77):** proibida a contratação de shows pagos com recurso público em inaugurações; candidatos não podem comparecer a inaugurações de obras públicas.
- **Gastos com publicidade (art. 73, VII):** no primeiro semestre do ano eleitoral, os gastos com publicidade não podem exceder seis vezes a média mensal dos três anos anteriores.

17. Penalidades e responsabilidades

O descumprimento pode acarretar, conforme o caso:

- **Multa** ao agente público responsável (art. 73, §4º).
- **Cassação do registro ou do diploma** do candidato beneficiado, que responde independentemente de ter participado ou anuído (art. 73, §8º).
- **Abuso de poder político** (art. 22 da LC 64/1990), que pode levar à inelegibilidade por oito anos.

O chefe do Executivo responde pelo conteúdo dos canais oficiais do município, por seu dever de zelar pelo que é publicado. Por isso, orientar bem a equipe de comunicação é também uma proteção ao próprio gestor.

18. Embasamento legal e jurisprudencial

Base normativa

- Constituição Federal, art. 37, §1º — impessoalidade da publicidade dos órgãos públicos.
- Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições), arts. 73 a 78 — condutas vedadas aos agentes públicos.
- Lei Complementar nº 64/1990, art. 22 — abuso de poder político e inelegibilidade.
- Resoluções TSE nº 23.735/2024 (condutas vedadas), 23.610/2019 (propaganda) e 23.760/2026 (calendário eleitoral).

Entendimentos consolidados do TSE

- A publicidade institucional em período vedado é ilícito de natureza objetiva: independe de finalidade eleitoral, de dolo e de potencial de desequilíbrio do pleito.

- A vedação alcança a publicidade ainda que tenha caráter exclusivamente educativo, informativo ou de orientação social.
- A publicidade cruzada/indireta — divulgação de obras do município com slogan da gestão — configura conduta vedada, mesmo sem intenção de beneficiar candidatura.
- A permanência de conteúdo promocional publicado antes do período, se acessível durante o defeso, também configura o ilícito.
- O prefeito responde pela publicidade veiculada no canal oficial; o candidato beneficiado responde ainda que não tenha participado (art. 73, §8º).
- Divulgar feitos administrativos em página pessoal do gestor, sem uso de recursos públicos, não caracteriza publicidade institucional.

Precedentes ilustrativos: TSE, caso Maceió/AL, decisão mantida em 19/5/2026 (placas de obras); AgR-AREspE nº 060007554, rel. Min. Isabel Gallotti (2025); REspe nº 29387, rel. Min. Tarcisio Vieira (2017); RO-El nº 265041 e correlatos sobre distribuição de bens (art. 73, §10). A consolidação está no acervo "Temas Seleccionados — Condutas Vedadas" do TSE.

19. Perguntas frequentes

O prefeito não é candidato. A prefeitura está liberada?

Não. As vedações valem para todo órgão público em ano eleitoral. O risco é a estrutura municipal beneficiar candidaturas aliadas (governador, deputados), e a responsabilidade recai sobre o gestor e o beneficiário.

Posso publicar o prefeito visitando obras no perfil da prefeitura?

No canal oficial, não — é publicidade institucional somada à promoção pessoal. O serviço útil ao cidadão pode ser informado de forma neutra; a agenda do prefeito cabe no perfil pessoal dele.

E divulgar só o "informativo" das ações da gestão?

Também fica restrito. O TSE entende que a vedação abrange a publicidade institucional, ainda que meramente informativa. Livre é a informação de serviço, não a divulgação de realizações.

O prefeito pode declarar apoio a um candidato a governador?

Sim, como cidadão, no perfil pessoal e fora do expediente, sem usar cargo, servidores, frota ou canais da prefeitura. No canal oficial, não.

Servidor da assessoria pode cuidar da campanha do candidato aliado?

Não durante o expediente nem com estrutura pública. Fora do expediente e como cidadão, o servidor tem liberdade de manifestação, mas não pode usar meios e horários públicos.

O prefeito pode tirar foto com um candidato na prefeitura?

Evite; fotos em dependências públicas ou com símbolos oficiais ao fundo, sem a mesma oportunidade a todos, podem gerar alegação de abuso de poder político.

Os perfis das secretarias também precisam parar?

Sim. O ideal é que a Comunicação do município oficie os secretários para arquivar/suspender esses perfis no período.

Podemos manter as placas e o site com o slogan da gestão?

Não no período. Slogans e logomarcas da gestão devem ser retirados; o brasão permanente do município pode ficar.

20. Prazos-chave de 2026

- **4 de julho** — início das principais vedações (três meses antes do 1º turno).
- **4 de outubro** — primeiro turno das Eleições Gerais.
- **25 de outubro** — eventual segundo turno; fim da restrição da publicidade institucional.
- **Até a posse dos eleitos** — permanecem restrições de pessoal e de transferências voluntárias.

21. Checklist rápido antes de publicar

- O post apenas informa ou presta serviço? (Se "vende" a gestão, não publique.)
- Está livre de slogans, logomarcas e identidade visual da gestão?
- Está sem nome, foto ou elogio a autoridades (inclusive parabéns ao prefeito)?
- Não há adjetivação, comparação de gestões ou tom de conquista?
- Não aparecem candidatos, pré-candidatos ou material de campanha?
- Não é divulgação de obra/realização que possa beneficiar candidatura aliada?
- Na dúvida, passou pela checagem do jurídico?
- Os perfis de secretarias e órgãos foram orientados, por ofício, a suspender/arquivar no período?
- Não há fotos com candidatos em dependências da prefeitura ou com símbolos oficiais ao fundo?

22. Onde tirar dúvidas e fontes oficiais

- Setor jurídico da própria prefeitura (primeira consulta em qualquer dúvida).
- Tribunal Regional Eleitoral de Rondônia (TRE-RO) e Ministério Público Eleitoral.
- Tribunal Superior Eleitoral (TSE) — legislação, resoluções e o acervo "Temas Seleccionados".
- Cartilha de Condutas Vedadas 2026 (AGU) e Cartilha Defeso Eleitoral (SECOM).
- Tribunal de Contas do Estado de Rondônia (TCE-RO), para as questões de despesa e transferências.
- Assessoria da AROM, para apoio às prefeituras associadas.

Aviso importante

Esta cartilha tem caráter **orientativo** e não substitui a análise do setor jurídico de cada prefeitura nem as decisões da Justiça Eleitoral. As situações concretas devem ser avaliadas caso a caso. Em

caso de dúvida sobre uma publicação específica, a recomendação é **não publicar** no canal oficial até a confirmação jurídica

O Setor de Comunicação da AROM permanece à disposição das prefeituras associadas para esclarecer dúvidas, orientar sobre a aplicação destas recomendações e prestar o apoio necessário à comunicação institucional durante o período eleitoral. Estamos à disposição para auxiliar no que for preciso.

E-mail: comunicacao@arom.org.br

Contato: (69) 99237-6978

COMUNICAÇÃO AROM

Municipalismo forte se faz com a participação de todos!

Associação Rondoniense de Municípios · Porto Velho — RO