

## **Ano eleitoral - Orientações sobre condutas relacionadas a ações de comunicação e divulgação no IFRS**

Prezados reitor, pró-reitores, diretores-gerais de *campi* e comunicadores do IFRS,

Em anos eleitorais, e em especial no período eleitoral (também chamado de período de silêncio ou defeso eleitoral), há uma série de restrições e condutas vedadas aos agentes públicos\*, contidas nas referências técnicas citadas abaixo e também reunidas no [Espaço do Servidor](#) do site do IFRS.

No presente documento, o Departamento de Comunicação da Reitoria reúne, de forma resumida, **parte dessas condutas relacionadas com ações de comunicação e divulgação (é recomendável a leitura do material completo citado nas referências técnicas aos final desse material)**. Cabe salientar que a intenção é **orientar** nossa comunidade acadêmica e que os pontos abaixo foram retirados de normativas legais.

Solicitamos especial atenção às orientações expostas a seguir, bem como sugerimos que as compartilhem com os servidores de suas pró-reitorias ou *campi* que julguem necessário o conhecimento do presente conteúdo.

>> Importante lembrar que o período de silêncio (ou defeso eleitoral) irá **de 2 de julho de 2022 até o final do primeiro ou segundo turno das eleições (30 de outubro)**.

\* Conforme a [Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997](#), que estabelece normas para as eleições, em seu art. 73 § 1º, é considerado agente público “quem exerce, ainda que transitoriamente ou sem remuneração, por eleição, nomeação, designação, contratação ou qualquer outra forma de investidura ou vínculo, mandato, cargo, emprego ou função nos órgãos ou entidades da administração pública direta, indireta, ou fundacional”.

## Orientações sobre condutas relacionadas a ações de comunicação e divulgação no IFRS no período eleitoral do ano de 2022

### 1) Proibições

Durante o período eleitoral, é **proibida a realização de qualquer ação de comunicação dos órgãos públicos que possa configurar propaganda eleitoral** ou levar ao desvirtuamento de propaganda com conseqüente benefício a determinado candidato, podendo configurar abuso de poder político ou econômico seja nas modalidades expressa, subliminar, disfarçada ou dissimulada. São ações de comunicação: campanhas, notícias, eventos, posts em redes sociais etc.

São proibidas também ações publicitárias em desacordo com a legislação eleitoral. (Fundamento Legal: [Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, art. 73, caput, VI, 'b'](#); [Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019](#); Coletâneas de Jurisprudência TSE, disponível em: <http://bit.ly/38bnQWV> e <http://bit.ly/3N4i7kl>.)

Em relação a esse último ponto, a Secom tem salientado **evitar qualquer divulgação que enalteça a instituição e suas conquistas, explicando que, por sermos órgão de governo, nossos avanços podem se configurar como enaltecimento ao governo.**

Fica **suspensa a divulgação de marcas transitórias do governo federal** em qualquer suporte utilizado como meio de divulgação (incluindo 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). (conforme [Perguntas Frequentes no site da Secom - Pergunta 10](#))

### 2) Notícias

No período eleitoral, **o conteúdo noticioso divulgado nos canais oficiais do IFRS deve ser o mais neutro possível** (os textos devem se limitar à divulgação do fato ou das informações necessárias para a prestação de serviços, evitando adjetivações, depoimentos ou enaltecimento de agentes públicos, do programa, da instituição e da ação).

Deve também ser redobrado o cuidado com a impessoalidade em textos e imagens (lembrando que a personalidade é proibida de forma permanente nas divulgações dos

órgãos públicos - ou seja, o ato realizado deve sempre receber mais destaque do que a pessoa que realizou).

Recomendamos, portanto, que as notícias com conteúdos que possam se configurar como promocional ou pessoal de políticos, partidos ou coligações, mesmo que datados e publicados anteriormente ao período eleitoral, sejam deixadas em modo “rascunho” no site (não visíveis ao público) no período de 2 de julho ao final das eleições e, se possível, ocultos nas redes sociais. O mesmo deve ser realizado com matérias sobre o orçamento das instituições de ensino ou sobre ações governamentais.

### **3) Materiais institucionais que podem se configurar como “brindes”**

Durante **todo o ano de 2022**, **não** é possível distribuir bens, serviços ou benefícios gratuitamente (por exemplo, itens que possam ser caracterizados como “brindes”). Não é permitida nem mesmo a entrega de calendários institucionais ou de kits normalmente oferecidos em visitas institucionais ou em eventos, conforme a legislação vigente:

[Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997](#) - Estabelece normas para as eleições.

Art. 73. § 10. No ano em que se realizar eleição, fica proibida a distribuição gratuita de bens, valores ou benefícios por parte da Administração Pública, exceto nos casos de calamidade pública, de estado de emergência ou de programas sociais autorizados em lei e já em execução orçamentária no exercício anterior, casos em que o Ministério Público poderá promover o acompanhamento de sua execução financeira e administrativa.

### **4) Eventos**

Conforme a legislação, são permitidos eventos técnicos, informativos e educacionais.

Os organizadores necessitam **orientar os palestrantes** sobre as restrições do período eleitoral, salientando que **não** são permitidas manifestações sobre candidatos ou partidos políticos nem publicidade institucional. Recomenda-se citar essas orientações no cerimonial de abertura do evento.

**Não** pode haver publicidade institucional (enaltcimento da instituição ou de ações da instituição) na divulgação (prévia e posterior) nem durante o evento.

Deve-se ter cuidado extra com os eventos transmitidos pelo canais de YouTube da instituição, pois o IFRS passa a ser responsável pelo que veicula. Então, inclusive as manifestações do público podem ser problemáticas. Para facilitar o cumprimento dessa orientação, o Departamento de Comunicação da Reitoria **sugere evitar as transmissões** ao vivo pelo YouTube no período de defeso ou redobrar os cuidados com possíveis manifestações relacionadas a políticos, partidos, coligações etc. tanto nas falas durante o evento quanto em manifestações pelo chat. Uma alternativa é gravar os eventos para divulgação posterior.

Em relação à participação da unidade em **eventos externos com estandes**, a Procuradoria Federal junto ao IFRS orienta que não seja realizada no período eleitoral, para evitar configuração como publicidade institucional.

Sobre os eventos Servidor 10 anos, a Procuradoria Federal junto ao IFRS recomenda que sejam realizados até 1º de julho ou após 30 de outubro de 2022, a fim de ser possível fazer a divulgação das atividades sem restrições.

As solenidades para celebrar os aniversários dos *campi* podem ser realizadas, porém a Procuradoria Federal junto ao IFRS recomenda cuidado nas falas durante o evento, a fim de evitar configuração de publicidade institucional, e sugere também que a divulgação seja realizada após o período eleitoral.

## **5) Formaturas**

Os *campi* devem orientar os servidores que os **discursos** não podem conter publicidade institucional nem referência a governo ou candidato.

Ao transmitir o evento/formatura pelo canal de YouTube oficial, a instituição passa a ser responsável também pelo conteúdo. Para facilitar o cumprimento dessa recomendação, sugerimos **que formaturas não sejam transmitidas ao vivo no período de defeso**.

## 6) Divulgação do Processo Seletivo

Assim como as demais ações de comunicação no período eleitoral, a divulgação do Processo Seletivo de estudantes deve ser informativa, evitando o que possa ser configurado como publicidade institucional.

As visitas de escolas a *campi* para essa divulgação pode ser realizada se houver cuidado para que não ocorra o enaltecimento da instituição, apenas a divulgação informativa, a divulgação dos cursos e dos detalhes do Processo Seletivo. A Procuradoria Federal junto ao IFRS recomenda evitar a divulgação dessas visitas em sites ou redes sociais.

## 7) Entrevistas à imprensa

No período de defeso, a Secom e a AGU recomendam pedir que as perguntas de entrevistas solicitadas pela imprensa sejam enviadas **por escrito** e também que as respostas sejam encaminhadas no mesmo formato. Importante atentar também para que as respostas estejam **restritas** a questões técnicas e **não** incluam publicidade institucional nem menção a circunstâncias eleitorais.

## 8) Redes sociais

Os conteúdos postados em perfis pessoais dos agentes públicos são de sua exclusiva responsabilidade. Recomenda-se a leitura da [Cartilha de Condutas Vedadas aos Agentes Públicos em Eleições 2022, da Advocacia-Geral da União – AGU](#).

Nas [Perguntas Frequentes de seu site, a Secretaria Especial de Comunicação Social do governo federal \(Secom\)](#) - Ministério das Comunicações (pergunta 27) destaca: o órgão poderá orientar servidores e autoridades para que não se utilizem dos seus perfis pessoais para divulgações de publicidade institucional, vedadas no período eleitoral.

Sobre os **perfis oficiais da instituição** em sites de redes sociais, é preciso redobrar o cuidado com os **comentários do público em posts**, para evitar conteúdo político partidário ou publicidade institucional. Uma alternativa é colocar palavras vedadas nos filtros das redes sociais ou fechar os comentários do público durante o período eleitoral, permitindo apenas interações via mensagens privadas. Se essa última opção for escolhida pela unidade, deve-se colocar um aviso na página.

### **9) Inaugurações de obras públicas**

No período eleitoral **não é permitido o comparecimento de candidatos** em inaugurações de obras públicas caso ele tenha participação de forma destacada. No entanto:

“A mera presença do candidato na inauguração de obra pública, como qualquer pessoa do povo, sem destaque e sem fazer uso da palavra ou dela ser destinatário, não configura o ilícito previsto no art. 77 da Lei nº 9504/1997.” ([site da Secom, pergunta 45](#))

### **10) Campanhas de utilidade pública**

Só poderão ser realizadas as que forem autorizadas previamente pelo TSE. O pedido de autorização deve ser encaminhado pelo setor de Comunicação para a Secom da Presidência da República, que enviará ao TSE. Os critérios para a autorização serão a gravidade e a urgência.

### **11) Canais de comunicação vinculados (não geridos pela Comunicação, mas por projetos, núcleos, setores... do IFRS)**

Devem adotar as mesmas orientações que se aplicam aos canais de comunicação oficiais institucionais. Sendo assim, este material e outros recebidos da Secom será encaminhado aos gestores de canais vinculados que preencheram o [Formulário de cadastro da Comunicação do IFRS](#). Como há canais que não foram inseridos no cadastro, sugerimos que os gestores das unidades compartilhem essas informações para informar quem eventualmente possa administrar algum canal vinculado que não esteja cadastrado.

#### **Referências técnicas:**

[FAQ - ELEIÇÕES 2022 - Secretaria Especial de Comunicação Social - Governo Federal](#) -

Vídeo de reunião presencial da Secom sobre o tema. Brasília, 18/03/2022.

[IN Secom 01/2018](#) - Disciplina a publicidade em ano eleitoral dos órgãos e entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal e dá outras orientações.

[Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997](#) - Estabelece normas para as eleições.

[Portaria do Ministério das Comunicações nº 3.948/2021](#)- Dispõe sobre a conceituação das ações de comunicação do Poder Executivo federal.

Consulta à Procuradoria Federal Junto ao IFRS em 08/06/2022