

OFÍCIO Nº 106.2018/CONIF

Brasília/DF, 25 de junho de 2018.

Aos

Magníficos(as) Reitores(as) e Senhores(as) Dirigentes das instituições da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica

C/C: Setores de Comunicação

Assunto: Comunicação no período eleitoral

Magnífico(a) reitor(a) e senhor(a) dirigente,

Com base na Instrução Normativa nº 1/2018 da Secretaria Geral de Comunicação da Presidência da República (Secom/PR); na Lei nº 9.504/1997; no Ofício-Circular nº 2/2018/GABIN/SECOM/SG-PR, e na cartilha “Condutas Vedadas aos Agentes Públicos Federais em Eleições – 2018” da Advocacia-Geral da União (AGU), este Conselho Nacional das Instituições da Rede Federal (Conif) apresenta esclarecimentos e recomendações acerca das atividades de comunicação no período eleitoral – 7 de julho a 7 de outubro, ou até 28 de outubro, havendo segundo turno.

O objetivo deste Conif é contribuir para a padronização das atividades de comunicação na Rede Federal, de maneira a evitar ações judiciais e quaisquer outras sanções em decorrência de **publicidade institucional indevida, considerando sua taxativa proibição no período eleitoral, ou descumprimento de normas.**

As informações a seguir, portanto, agrupam recortes de questões específicas que são de interesse institucional coletivo e que exigem prudência, especialmente no que diz respeito à rotina dos setores de comunicação.

Destaca-se que as orientações presentes neste representam o entendimento conjunto das assessorias de Comunicação e Jurídica deste Conselho. Dúvidas e situações pontuais deverão ser tratadas com a Procuradoria Jurídica da Instituição da Rede Federal ou com a Secom/PR (secom.eleicoes@presidencia.gov.br).

1. PUBLICIDADE PERMITIDA NO PERÍODO ELEITORAL

1.1. Publicidade Legal – Divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e demais informações que tenham o objetivo de atender a prescrições legais. Para a Secom/PR, **as campanhas de ingresso e divulgação de processos seletivos, inclusive concursos, pertencem a esta modalidade. A publicidade legal não necessita de prévia autorização da Justiça Eleitoral para ser executada.**

1.2. Publicidade de Utilidade Pública – Reconhecida como de grave e urgente necessidade pública. Tem o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos. Esta publicidade depende de autorização do Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

1.2.1. Para campanhas de utilidade pública, as peças deverão ser apresentadas à Secom, em duas vias, com pedido de encaminhamento à Justiça Eleitoral para autorização e acompanhadas de subsídios que justifiquem a necessidade da ação. O material publicitário

somente será utilizado se aprovado pelo TSE, que poderá determinar modificações. As submissões devem ser enviadas para secom.eleicoes@presidencia.gov.br.

2. GASTOS COM PUBLICIDADE E PATROCÍNIO EM ANO ELEITORAL

2.1. Para fins de gastos com publicidade em ano eleitoral, é vedado realizar, no primeiro semestre, despesas com publicidade que excedam a média da despesa liquidada no primeiro semestre dos três últimos anos que antecedem o pleito. Considerar, portanto, os limites estabelecidos pela Secom e previamente apresentados à cada instituição.

2.2. Havendo necessidade de um limite maior para as despesas com publicidade, a instituição deverá encaminhar pleito à Secom, que poderá autorizar um novo limite, desde que haja conveniência e esteja entre as prioridades do Poder Executivo Federal.

2.3. Contratações vinculadas a ações publicitárias, realizadas antes do período eleitoral, estarão liberadas para serem executadas depois das eleições.

3. USO DE MARCAS EM PERÍODO ELEITORAL

3.1. A marca do Governo Federal, vigente ou anterior, não poderá ser utilizada nos canais de comunicação e em outros meios institucionais, inclusive nas dependências físicas. Essa regra se estende às marcas de programas governamentais – campanhas, ações, eventos, *slogans* e outros elementos que possam ser interpretados como publicidade institucional.

3.2. Fica suspensa a distribuição de materiais impressos ou publicitários com a marca do Governo Federal – publicações, *folders*, cartilhas, folhetos etc. Peças anteriormente produzidas só poderão ser distribuídas se a marca do Governo Federal estiver coberta. Novas impressões devem substituir a marca do Governo pela expressão “Governo Federal”, aplicada conforme o Manual de Uso da Marca, disponível para *download* no sítio da [Secom](#).

3.3. A marca do Governo Federal aplicada em placas de obras e em veículos oficiais deverá ser coberta ou retirada.

3.4. A suspensão do uso da marca do Governo Federal também vale para a publicidade em propriedades digitais de terceiros, em decorrência de parcerias firmadas. Cabe à instituição da Rede comprovar que solicitou providências e manter registros de que a publicação antecedeu o período eleitoral.

3.5. Selo de Dez Anos dos Institutos Federais – Poderá ser utilizado em materiais institucionais, desde que não esteja associado a quaisquer elementos ou frases que remetam à publicidade institucional.

3.6. Marca das instituições (IFs, Cefets e CPII) – Utilização liberada para aplicação em materiais que não estejam sujeitos à legislação eleitoral e/ou caracterizem publicidade institucional. Se aplicadas em brindes, não deverão incluir a marca do Governo Federal.

4. COMUNICAÇÃO DIGITAL NO PERÍODO ELEITORAL

4.1. As instituições deverão, com antecedência, retirar da área de destaque de seus canais de comunicação digitais qualquer publicidade que inclua marcas do Governo Federal e de programas governamentais – filmes, vinhetas, vídeos, anúncios, painéis, *banners*, *posts*, marcas, *slogans* e demais conteúdos de natureza similar.

4.2. As áreas para comentários e interatividade com o público nos canais digitais das instituições deverão ser suspensas durante o período eleitoral, exceto em casos de urgente necessidade pública. Recomenda-se a divulgação de nota explicativa nos seguintes moldes: *Caro usuário, em atendimento à legislação eleitoral, a área para comentários deste canal*



está temporariamente desabilitada. Essa medida será aplicada no período de 7 de julho a 7 de outubro, podendo se estender até o dia 28 de outubro, em caso de segundo turno. Suas demandas podem ser apresentadas ao (nome da instituição) por meio do Serviço de Informação ao Cidadão (SIC) – e-mail.

4.3. Havendo impossibilidade da suspensão das áreas de interatividade, será necessário intensificar os trabalhos de moderação. Assim, recomenda-se a criação de *blacklist* para barrar termos que caracterizem propaganda eleitoral – nomes, números de candidatos, siglas de partidos, *slogans* de campanhas e palavras-chave (eleições, segundo turno etc.).

4.4. É proibida a veiculação/exibição de pronunciamento de autoridade candidata a cargo político. **Publicações anteriores ao período eleitoral poderão ser mantidas nos canais digitais, desde que datadas e em área sem destaque.**

4.5. Sites – A publicação de notícias nos canais de comunicação ficará suspensa, exceto em caso de divulgação de serviço. Conteúdos noticiosos publicados antes do período eleitoral deverão ser remanejados para área sem destaque e devidamente datados, como forma de comprovar que foram disponibilizados até 6 de julho de 2018.

4.5.1. É permitida a publicação de notícias relacionadas a processos seletivos, produção científica, conteúdos didáticos e outras informações de interesse do cidadão – de orientação ou de prestação de serviço.

4.5.2. As instituições deverão, com antecedência, retirar todas as publicidades da área de destaque – filmes, vinhetas, vídeos, anúncios, painéis, *banners*, *posts*, marcas, *slogans* e demais conteúdos de natureza similar.

4.5.3. Os *releases* poderão ser publicados em área de livre acesso, desde que não incluam conteúdo que remeta à publicidade institucional.

4.5.4. A publicação de conteúdos didáticos e científicos está liberada (ex.: atualização de biblioteca digital, pesquisas de estudantes etc.), desde que o conteúdo não remeta minimamente à publicidade institucional.

4.5.5. Recomenda-se que o conteúdo noticioso publicado na área de destaque seja puramente voltado à prestação de serviço, mesmo que a data de publicação seja anterior ao período eleitoral.

4.6. Mídias sociais: *Posts* que correspondam à publicidade legal serão permitidos.

4.6.1. *Posts* datados até 6 de julho de 2018 permanecerão publicados, mas não poderão ser reeditados nem promovidos e, caso ganhem destaque na linha do tempo devido a algum comentário externo, deverão ser imediatamente ocultados ou excluídos.

4.6.2. Os comentários deverão ser rigorosamente moderados, sendo excluídos aqueles de cunho eleitoral, eventualmente não filtrados pelos mecanismos automáticos. Para deixar os usuários cientes das diretrizes no período eleitoral, as instituições deverão divulgar nota explicativa: *Caro usuário, em atendimento à legislação eleitoral, a moderação deste canal excluirá comentários de cunho eleitoral. Essa medida será aplicada no período de 7 de julho a 7 de outubro, podendo se estender até o dia 28 de outubro, em caso de segundo turno.*

4.7. Bancos de imagens – Fotos, arquivos de vídeo e infográficos poderão ser mantidos nos canais digitais, desde que datados e fora das áreas de destaque.

5. RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA NO PERÍODO ELEITORAL

5.1. Os *releases* disponibilizados à imprensa deverão priorizar dados técnicos e informações de interesse do cidadão, com ênfase à prestação de serviço. Estão proibidos conteúdo e

análises que possam insinuar juízo de valor referente a ações, políticas e programas institucionais e/ou de governo.

5.2. É permitida a publicação de *releases*, conforme item 5.5.3. Nesse sentido, recomenda-se que todas as instituições disponham de área exclusiva para divulgação de *release*.

5.3. No atendimento à imprensa, a fonte institucional deve ser cautelosa em seu discurso, sem menções a candidatos e informações que possam configurar publicidade institucional.

6. EVENTOS NO PERÍODO ELEITORAL

6.1. Em eventos de inauguração e outros atos oficiais, é proibido o comparecimento de candidatos, bem como não é permitido citar nomes de candidatos na leitura do *script*.

6.2. É permitida a realização de eventos técnicos e outros que não caracterizem ação de promoção institucional.

6.3. A divulgação de eventos institucionais, inclusive técnicos e científicos, somente poderá ser realizada por meio dos veículos de comunicação externos (imprensa).

7. INFORMAÇÕES GERAIS

7.1. Os *e-mails* oficiais devem ser utilizados estritamente para fins institucionais.

7.2. Fora do horário de trabalho, a participação em campanhas eleitorais é direito de todos os cidadãos e agentes públicos, devendo-se observar os limites impostos pela legislação e os princípios éticos que regem a Administração Pública.

7.3. Desde que não remetam à promoção institucional, a utilização de apresentações institucionais estará permitida (ex.: PowerPoint), bem como a realização de pesquisas de opinião.

7.4. Campanhas de *endomarketing* não serão permitidas.

7.5. Dúvidas e situações pontuais deverão ser tratadas com a Procuradoria Jurídica da Instituição da Rede Federal ou com a Secom/PR (secom.eleicoes@presidencia.gov.br).

Atenciosamente,



ROBERTO GIL RODRIGUES ALMEIDA
Presidente do Conif