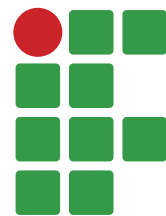




Período *Eleitoral* 2022

**Orientações quanto às
condutas dos agentes
públicos e às ações de
comunicação no âmbito
do Ifap**



**INSTITUTO
FEDERAL**
Amapá

Documento elaborado pela
Diretoria de Comunicação (Dicom),
Diretoria de Integridade (Dinte) e Comissão de
Ética do Ifap

No presente documento, a Diretoria de Comunicação (Dicom), a Diretoria de Integridade (Dinte) e a Comissão de Ética do Ifap reúnem, de forma resumida, parte das orientações relacionadas às condutas dos agentes públicos e às ações de comunicação e divulgação, no âmbito do Ifap durante o período eleitoral.

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, assim como ações de comunicação institucional.

Base Legal e Documentos Norteadores

DISPOSITIVOS LEGAIS

1. Cartilha AGU - Condutas Vedadas aos Agentes Públicos Federais em Eleições 2022
2. Calendário SECOM
3. Resolução TSE Nº 23.674/2021
4. Lei das Eleições nº 9.504/1997
5. IN SG-PR Nº 01, 2018
6. FAQ SECOM - ELEIÇÕES 2022
7. Ofício Circular nº 238-2022 - SEI-MCOM
8. Ofício Circular nº 220-2022 - SEI-MCOM
9. Ofício Circular nº 205-2022 - SEI-MCOM
10. Ofício Circular nº 283/2022/SEI-MCOM
11. Resolução nº 7/ PR/Casa Civil
12. REUNIÃO SECOM 18 DE MARÇO DE 2022
13. REUNIÃO SECOM 15 DE JUNHO DE 2022

Agentes públicos



De acordo com o § 1º do art. 73 da Lei nº 9.504, de 1997:

“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”.

Logo, servidores públicos de cargos efetivos, estagiários, terceirizados e empregados permanentes ou temporários também se enquadram como agentes públicos.

Importante saber!

Período eleitoral ou “Período de silêncio” ou “Defeso Eleitoral”

De 2 de julho de 2022 até o final do primeiro turno (2 de outubro) ou segundo turno das eleições (30 de outubro) para questões relacionadas à comunicação.

OBS.: Com relação às vedações estipuladas para outras áreas da administração pública, os setores devem consultar a legislação referente às suas respectivas áreas.



Publicidade Institucional



Destina-se a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas e de promover o Brasil no exterior.

Publicidade de utilidade pública



Destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com a intenção de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos.

Exemplos: Campanhas de Vacinação, Dengue, "IF Solidário", "Doações de Donativos para a Semana Santa", "Campanha de doação de absorventes" etc.

Publicidade mercadológica



Destina-se a alavancar vendas ou promover produtos e serviços no mercado.

Publicidade Legal



Destina-se à divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com o objetivo de atender a prescrições legais.

Exemplos: Processo Seletivo, PLOA, etc.

Tipos de Publicidade

Vedado e Suspenso

Durante o “Período de Silêncio” estão suspensos os tipos de publicidade: Institucional, de Utilidade Pública e Mercadológica de produtos e serviços que não tenham concorrência no mercado.

Tipos de Publicidade

Autorizado

Publicidade Legal.

Publicidade de utilidade pública reconhecida como de grave e urgente necessidade pública autorizada pelo Tribunal Superior Eleitoral.

Grave é “muito importante para o interesse público primário” e Urgente é “como a ação que tem que ser feita imediatamente, não podendo aguardar o término do pleito eleitoral de 2022.

Publicidade mercadológica de produtos ou serviços que tenham concorrência no mercado. Exemplo: Caixa Econômica e Banco do Brasil.

Publicidade destinada a público constituído de estrangeiros, realizada no país ou no exterior.

Atenção! 

Ainda que a publicidade se encaixe na exceção às suspensões, não poderá usar marcas ou slogans do governo ou formas que se enquadram nas publicidades vedadas.

Distribuição de brindes e materiais institucionais

Vedado e Suspenso

É vedada a distribuição de brindes institucionais, tais como canecas, sacolas ecológicas, camisetas, canetas, entre outros com a marca Ifap.

Distribuição de brindes e materiais institucionais

Autorizado

É autorizada durante o ano todo a distribuição de folders, flyers, cartazes, faixas com a marca Ifap que configurem material informativo da instituição. Os materiais devem respeitar os limites da legislação eleitoral.

Eventos presenciais e on-line

Autorizado

Estão autorizados os eventos relacionados à missão institucional, técnico-científicos, desportivos, datas cívicas, históricas ou culturais, desde que já incorporados ao calendário regular do órgão ou entidade, não podendo caracterizar publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral.

Inaugurações não são vedadas, desde que observadas as restrições legais. É proibido o comparecimento de candidatos, bem como não é permitido citar nomes de candidatos na leitura do script.

Eventos presenciais e on-line



Atenção!

Para facilitar o cumprimento dessa orientação, nas transmissões ao vivo pelo YouTube no período de defeso, a Diretoria de Comunicação irá redobrar os cuidados com possíveis manifestações relacionadas a políticos, partidos, coligações e publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral. Serão tomadas as seguintes medidas:

- **Assinatura dos termos de responsabilidade por parte dos participantes de tais eventos. O mesmo pode ocorrer em eventos presenciais, por decisão da comissão organizadora.**
- **Cumprimento dos termos contidos nos termos de responsabilidade assinados pelos participantes.**
- **Gravação do evento para posterior publicação, se for possível.**
- **Desligamento do chat e qualquer tipo de interação ao vivo.**
- **Após a transmissão do evento, ocultamento do vídeo que ultrapassar os limites da legislação eleitoral.**

O conteúdo apresentado no evento deve ser relacionado à missão institucional do órgão ou entidade e ter caráter informativo, educacional e de orientação social.

Em formaturas ou colações de grau, os campi devem orientar os servidores que os discursos não podem conter publicidade institucional nem referência a governo ou candidato.

A divulgação do evento deve ser orientada por máxima cautela, para que se evite a promoção pessoal de agente público ou qualquer forma de favorecimento pessoal.

Eventos presenciais e on-line

Atenção!

Deve-se ter extrema cautela nas entrevistas e/ou falas para que não se promova a instituição e se configure publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral.

Nos materiais de divulgação dos eventos não é permitida a exposição da marca, símbolos ou imagens associadas ao Governo Federal, e os conteúdos devem ter linguagem neutra, sem emissão de juízo de valor ou exaltação.

Nestes eventos, durante o período eleitoral, não é permitido a exposição de candidatos, siglas, símbolos partidários, números, coligações e pessoas ligadas a partidos políticos.

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.

Notícias

Vedado e Suspenso

Notícia que configure publicidade institucional, que faça juízo de valor, dando ênfase a agentes públicos, gestores, autoridades, parlamentares, candidatos, partidos ou coligações políticas e de partidos, nomes, siglas e números partidários.

Notícias

Autorizado

A publicação de conteúdos noticiosos é autorizada durante todo o ano, desde que observados os limites da informação jornalística com vistas a dar conhecimento das ações, sem qualquer menção a circunstâncias eleitorais ou promoção pessoal de agentes públicos. Deve sempre ter exclusiva finalidade de levar ao cidadão uma informação presente, explicativa e que seja relevante apenas em uma data ou período específico.

Atenção!



Notícias

Os releases à imprensa dos integrantes do SICOM deverão, preferencialmente, focar nas informações de interesse direto do cidadão vinculadas à prestação de serviços públicos, observando-se o disposto nos arts. 21 e 22 da IN SG-PR nº 01/2018 (itens 8 e 9), por analogia (Art. 29, §2º, da IN nº 01/2018).

A comunicação institucional irá ocultar, apagar ou editar notícias, desde 1º de janeiro de 2019, que apresentem conteúdos que configurem publicidade institucional, mesmo que devidamente datados e publicados anteriormente ao período eleitoral.

É recomendado o uso de linguagem neutra e objetiva, sem adjetivações ou falas (aspas).

Foto de agente público, gestor e autoridade não configura propaganda institucional, desde que o contexto esteja adequado aos limites da informação jornalística.

Entrevistas

Vedado e Suspenso

Pronunciamento de autoridades públicas em cadeia de rádio e de televisão, fora do horário eleitoral gratuito, salvo quando, a critério da Justiça Eleitoral, tratar-se de matéria urgente, relevante e característica das funções de governo.

Entrevistas

Autorizado

“Não configura propaganda institucional irregular entrevista que, no caso, inseriu-se dentro dos limites da informação jornalística, apenas dando a conhecer ao público determinada atividade do governo, sem promoção pessoal, nem menção a circunstâncias eleitorais.” (TSE, Rp nº 234.313, Acórdão de 07/10/2010, relator Ministro Joelson Costa Dias). Cartilha da AGU 2022.

Atenção!



Não configura publicidade institucional a entrevista de autoridade, servidor ou gestor que observar os limites da informação jornalística, com vistas a dar conhecimento ao público de determinada atividade de governo, sem promoção pessoal, nem menção a circunstâncias eleitorais.

A Dicom recomenda que não sejam feitas entrevistas “ao vivo” ou através de “vídeos” (lives), por não se saber o que pode ser perguntado/instigado. A recomendação é que sejam feitas apenas entrevistas escritas.

Está vedada a veiculação ou exibição (nas propriedades digitais dos órgãos) de discursos, entrevistas ou qualquer tipo de pronunciamento de autoridade que seja candidata a cargo político nas eleições, independentemente do assunto.

Entrevistas

Redes Sociais

Vedado e Suspenso

A publicação que configure publicidade institucional, que faça juízo de valor, dando ênfase à agentes públicos, gestores, autoridades, parlamentares, candidatos, partidos ou coligações políticas e de partidos, nomes, siglas e números partidários.

Redes Sociais

Autorizado

A publicação de conteúdos noticiosos é autorizada durante todo o ano, desde que observados os limites da informação jornalística com vistas a dar conhecimento das ações, sem qualquer menção a circunstâncias eleitorais ou promoção pessoal de agentes públicos. Deve sempre ter exclusiva finalidade de levar ao cidadão uma informação presente, explicativa e que seja relevante apenas em uma data ou período específico.

Atenção!



Redes Sociais

A comunicação institucional irá ocultar ou editar todas as publicações, a partir de 1º de janeiro de 2019, que apresentem conteúdos (filmes, vinhetas, vídeos, anúncios, painéis, banners, posts, marcas, slogans e qualquer conteúdo de natureza similar) que configurem qualquer publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, mesmo que devidamente datados e publicados anteriormente ao período eleitoral.

Foto de agente público, gestor e autoridade não configura propaganda institucional, desde que o contexto esteja adequado aos limites da informação jornalística.

Atenção!



Durante o período eleitoral, será comunicado ao público que as mídias sociais institucionais serão moderadas, havendo filtro, exclusão e/ou bloqueio de comentários de cunho eleitoral, tais como a divulgação de nomes de candidatos, números e siglas de partidos ou coligações políticas, ou slogans partidários. Se for o caso, após avaliação da Diretoria de Comunicação, as áreas de comentários e interatividade com o público poderão ser suspensas.

Redes Sociais

Redes Sociais

Fica a dica!



Orienta-se servidores e autoridades para que não se utilizem dos seus perfis pessoais para divulgações de publicidade institucional vedadas no período eleitoral ou informações sujeitas ao controle da legislação eleitoral.

Posicionar-se como agente público, compartilhando informações institucionais de forma que se configure publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral pode ser interpretado como burla, podendo, o agente, ser responsabilizado individualmente.

Qualquer postagem institucional noticiosa pode ser compartilhada em rede social pessoal.

Imagens e Acervos



Com relação aos bancos de imagens relativos a fotos, arquivos de vídeo e a infográficos, será analisado quanto à possibilidade de sua manutenção ou não durante o período de defeso eleitoral, mediante aferição criteriosa do conteúdo, forma, finalidade e da utilidade do material publicado, sendo necessário ocultar todo e qualquer material que possa configurar, de alguma forma, uma espécie de publicidade institucional.

Datas comemorativas

Autorizado 

É permitida a ação de divulgação de data comemorativa ou evento, tendo em vista que são vedados quaisquer sinais que possam constituir ação de publicidade objeto de controle da legislação eleitoral, inclusive a aplicação da marca do Governo Federal em sua representação gráfica.

“Necessário, todavia, compatibilizar a vedação com o direito da sociedade a divulgar e ser informada sobre eventos de interesse público. Admitida, pela jurisprudência, a publicidade de eventos culturais e festas típicas, especialmente aquelas já incorporadas ao calendário do ente público, desde que não haja promoção pessoal de autoridades e servidores públicos.” (TER-RS – Recurso Eleitoral RE 2195 Canoas RS 9TRE-RS) Jurisprudência, data de publicação 25/10/2016.

E-mail institucional

Autorizado 

O envio de conteúdos noticiosos, informes, eventos, projetos, editais, oportunidades é autorizado durante todo o ano, desde que não configure nos tipos de publicidade vedados. No âmbito do Ifap, esta ação de envio de e-mail em rede é permitida somente para a Diretoria de Comunicação e a Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas.

Campanha de endomarketing e comunicação interna

Autorizado 

Realização de campanhas motivacionais para apoiar o atingimento de metas e o desenvolvimento de eventos, sem que haja publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral.

Ações de Marketing esportivo ou cultural

Autorizado 

Não estão sujeitos ao controle da legislação eleitoral, não cabendo, portanto, a prévia autorização da Justiça Eleitoral:

- a mera divulgação da marca da entidade que tenha concorrência no mercado, com objetivo mercadológico, por iniciativa de terceiros como contrapartida do patrocínio recebido;
- as despesas com a manutenção de centros culturais e desportivos; e
- o apoio financeiro e fomento de atividades culturais, artísticas, científicas, modalidades esportivas e atletas.

Campanhas de Ingresso

Autorizado 

As campanhas de ingresso do Ifap são consideradas publicidade de utilidade pública.

Sem que haja a contratação de serviços de agência de publicidade, podem ocorrer a qualquer tempo.

Atenção! 

As campanhas não podem apresentar as marcas, símbolos, slogans, marcas de programas de governo que foram vinculadas à atual gestão.

Marcas



Definição de marca de governo: marca vigente ou anterior, aprovada e publicada em manual no sítio da SECOM na internet, bem como as 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.

Importante saber!

Marcas

Vedado e Suspenso

É vedada a apresentação de marcas de governo em qualquer material de comunicação visual do Ifap.

As 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 constituem elemento capaz de configurar uma publicidade institucional e não podem ser aplicadas em materiais impressos ou publicitários a serem distribuídos no período eleitoral.

Marcas

Autorizado

A marca Ifap e o Brasão da República podem ser utilizados a qualquer tempo.

As marcas vinculadas a políticas públicas de Estado, como, por exemplo: Capes, Inep, FNDE, que podem ser utilizadas para identificar/sinalizar, preservado o caráter educativo e informativo da divulgação. As marcas de programas e serviços de governo podem ser mantidas nas respectivas áreas nas propriedades digitais, destinadas à divulgação de informações ou à prestação de serviços ao cidadão. Não há qualquer recomendação para se alterar o nome pelo qual os Programas de Políticas Públicas são conhecidos pela população.



Marcas

Em placas de obras e em materiais impressos em geral

Marcas, slogans de governo e marcas de programas de governo que forem vinculadas à atual gestão devem ser cobertas, apagadas ou excluídas de circulação, distribuição ou exposição.

Canais de comunicação não geridos pela Comunicação Institucional



Orienta-se que estes canais adotem as mesmas orientações que se aplicam aos canais de comunicação oficiais institucionais. Porém, qualquer conteúdo gerado nestes que ultrapasse os limites da legislação em vigor é de inteira responsabilidade do proprietário do canal.

Parcerias. Convênios. Termos de contrato ou ajustes similares

Cabe ao Ifap solicitar a suspensão e retirada de toda e qualquer publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral exposta em propriedades digitais de terceiros por força de termos de contrato, convênios, parcerias ou ajustes similares.



Participação em eventos de inaugurações de obras públicas

Vedado e Suspenso

Comparecimento de candidatos em eventos como a inauguração de obras públicas.



Participação em eventos de inaugurações de obras públicas

Autorizado

Agente público que não for candidato poderá comparecer em eventos como a inauguração de obras públicas, devendo este ter alguma relação de pertinência com o evento, não se admitindo desvio da finalidade pública de sua participação com a pretensão de se alcançar algum benefício eleitoral a candidato, sob pena de caracterizar abuso de poder político.

Atenção!

Cabe destacar que, segundo a jurisprudência do TSE, o fato de o gestor não ostentar a qualificação formal de candidato não afasta a necessidade de proteção reconhecida pelo art. 77 da Lei nº 9.504/1997. Sendo assim, demonstrada a condição material de candidato, o agente público que comparece a evento de inauguração dentro dos três meses que antecedem ao pleito está sujeito às penalidades previstas no dispositivo em comento (AgR-REspe nº 29409, de 5.2.2019, Rel. Min. Edson Fachin).

Participação de autoridades públicas em eventos políticos-eleitorais

Vedado e Suspenso

Nos eventos político-eleitorais de que participar, a autoridade não poderá implicar o uso de recursos, bens públicos de qualquer espécie ou de servidores a ela subordinados.



Nos eventos político-eleitorais de que participar, a autoridade não poderá fazer promessa, ainda que de forma implícita, cujo cumprimento dependa do cargo público que esteja exercendo, tais como realização de obras, liberação de recursos e nomeação para cargos ou empregos.

A autoridade, a partir do momento que manifestar de forma pública a intenção de candidatar-se a cargo eletivo, não poderá praticar ato de gestão do qual resulte privilégio para pessoa física ou entidade, pública ou privada, situada em sua base eleitoral ou de seus familiares.

Autoridade deverá abster-se de:

- valer-se de viagens de trabalho para participar de eventos político-eleitorais;
- expor publicamente divergências com outra autoridade administrativa federal ou criticar-lhe a honorabilidade e o desempenho funcional (artigos 11 e 12, inciso I, do CCAAF);
- exercer, formal ou informalmente, função de administrador de campanha eleitoral.

Participação de autoridades públicas em eventos políticos-eleitorais

Autorizado

Poderá participar, na condição de cidadão-eleitor, de eventos de natureza político-eleitoral, tais como convenções e reuniões de partidos políticos, comícios e manifestações públicas autorizadas em lei.

Visitas em obras públicas já inauguradas

Autorizado 

Visita ou inspeção de obras em caráter administrativo, pois segundo entendimento do TSE, o candidato a cargo do Poder Executivo que visita obra já inaugurada não ofende a proibição contida no art. 77 da Lei nº 9.504/1997.

Penalidade

§ 4º O descumprimento do disposto neste artigo acarretará a suspensão imediata da conduta vedada, quando for o caso, e sujeitará os responsáveis a multa no valor de cinco a cem mil UFIR.

**1 Ufir
federal é
= R\$1,0641**

Dúvidas, entre em contato pelo e-mail:

comunicacao@ifap.edu.br

dinte@ifap.edu.br

etica@ifap.edu.br

Reclamações e sugestões:

ouvidoria@ifap.edu.br

Serviço de Informação ao Cidadão:

sic@ifap.edu.br

<https://falabr.cgu.gov.br/>

Comissão de
Ética

Dicom

Diretoria de
Comunicação

Dinte

Diretoria de
Integridade



INSTITUTO FEDERAL

Amapá