



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ
Rua Jorge Dumar, 1703 - Bairro Jardim América - CEP 60410-426 - Fortaleza - CE - www.ifce.edu.br

Ofício-Circular nº 1/2022/DCS/GABR/REITORIA-IFCE

Fortaleza, 30 de junho de 2022.

Ao Gabinete do Reitor
Às Pró-Reitorias
Às Diretorias Sistêmicas
Aos Gabinetes de Direção-Geral de campi
Aos setores de Comunicação dos campi

Assunto: Ano eleitoral - Orientações sobre condutas relacionadas a ações de comunicação e divulgação no IFCE

Referência: Caso responda este Ofício, indicar expressamente o Processo nº 23255.005251/2022-16.

Prezados reitor, pró-reitores, diretores sistêmicos, diretores-gerais de campi e comunicadores do IFCE,

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 site do IFCE).

No presente documento, o Departamento de Comunicação Social 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 com base nas normativas legais.

Para tanto, vamos seguir a legislação eleitoral, bem como as orientações de condutas vedadas aos agentes públicos da Advocacia-Geral da União (AGU). Em consonância com demais integrantes da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, adequaremos algumas orientações da Secretaria Especial de Comunicação Social (Secom), visto que a interpretação do órgão está voltada para perfis com práticas de comunicação distintas das que realizamos no nosso trabalho de comunicação pública.

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, especialmente no caso de servidores que atuem de alguma forma com comunicação, como administradores de perfis em redes sociais ou páginas na internet.

>> Importante lembrar que o chamado “Período de Silêncio” **vai de 02/07/2022 a 30/10/2022 (se houver 2º turno)** e tem como principal objetivo garantir que nós, como agentes públicos, não provoquemos qualquer desequilíbrio na isonomia entre os candidatos.

* 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”.

Antes de entrarmos em detalhes, convém destacar que a definição de agentes públicos independe de vínculo ou remuneração (§ 1º do art. 73 da Lei nº 9.504, de 1997). Logo, focando na rotina de nossa instituição:

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

FORA DO HORÁRIO DE TRABALHO

Não é vedado aos agentes públicos participarem, **fora do horário de trabalho**, de eventos de campanha eleitoral, devendo observar os limites impostos pela legislação, bem como os princípios éticos que regem a Administração Pública.

A Secretaria Especial de Comunicação Social (Secom) recomenda **atenção** a esta orientação: ao participar, fora do horário de trabalho, da campanha de um candidato, não há a necessidade de expor sua condição de agente público e vice-versa.

Orientações sobre condutas relacionadas a ações de comunicação e divulgação no IFCE 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 consequente 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 uma autarquia da administração pública, 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).

2) Notícias

No período eleitoral, o conteúdo noticioso divulgado nos canais oficiais do IFCE 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 pessoalidade é proibida de forma permanente nas divulgações dos 2 órgãos públicos - ou seja, o ato realizado deve sempre receber mais destaque do que a pessoa que realizou).

A Secom recomenda, portanto, que as notícias e/ou publicações 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 “privado” no site (não visíveis ao público) no período de 2 de julho ao final das eleições e, se possível, ocultos nas redes sociais.

3) Releases e matérias

Não há vedação quanto à disponibilização de ‘releases’ para jornalistas, mas devem ser observadas as vedações de conteúdo para a publicidade durante o “período de silêncio”. Logo, devem ser evitados: juízo de

valor referente a ações, políticas públicas e programas sociais, bem como comparações entre diferentes gestões de governo. Os releases à imprensa deverão, preferencialmente, focar em informações de interesse direto do cidadão, vinculadas à prestação de serviços públicos.

Quanto às matérias, também não há vedação, 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. Recomenda-se linguagem neutra e objetiva, sem adjetivações e evitar usar nome ou imagem de autoridades. Deve sempre ter exclusiva finalidade de levar ao cidadão uma informação presente, explicativa e que seja relevante apenas em uma data ou período específico. Exemplo: Prazo de inscrições para o processo seletivo.

4) Materiais institucionais que podem se configurar como “brindes”

Não se deve 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.

5) 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, bem como pedir assinatura de termo de responsabilidade das pessoas que farão uso da palavra.

Não pode haver publicidade institucional (enaltecimento 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 IFCE 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 Social da Reitoria sugere evitar as transmissões ao vivo pelo YouTube no período de defeso, sendo uma alternativa a gravação dos eventos para disponibilização no canal. Caso seja imprescindível a realização, alertamos para dobrar os cuidados com possíveis manifestações relacionadas a políticos, partidos, coligações etc. nas falas durante o evento. Sugerimos, ainda, desativar os comentários durante esse período.

Em relação à participação da unidade em eventos externos com estandes, orienta-se que não seja realizada no período eleitoral, para evitar configuração como publicidade institucional.

Não é vedada a realização de eventos, tais quais os:

1. de caráter técnico-científico, direcionados a público determinado e com divulgação restrita, com o objetivo de discussão de tema específico de interesse da Administração;
2. comemorativos de datas cívicas, históricas ou culturais, desde que já incorporados ao calendário regular do órgão ou entidade. Exemplo: 07 de Setembro;
3. previstos em lei para realização no período de defeso eleitoral; e
4. de inauguração, com observância das restrições legais.

OBSERVAÇÕES

- O conteúdo apresentado no evento deve ser relacionado à missão institucional do órgão ou entidade e ter caráter informativo, educacional e de orientação social;
- 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;
- A divulgação deve ser austera e sóbria. Não pode ser feita de forma “festiva”;
- O conteúdo apresentado e o material de divulgação devem ser confeccionados com utilização de linguagem neutra, sem emissão de juízo de valor ou exaltação de atos, programas, obras, serviços e campanhas do órgão ou entidade, assim como a comparação entre diferentes gestões;
- Deve-se ter extrema cautela nas entrevistas e/ou falas para que não se promova a instituição e configure publicidade institucional.
- É vedada a utilização de marcas, símbolos ou imagens associadas ao Governo Federal.

6) Formaturas

Os campi devem orientar os servidores, alunos e homenageados 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.

7) 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. Recomenda-se evitar a divulgação dessas visitas em sites ou redes sociais.

8) 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.

9) 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. Convém destacar que tanto para a SUSPENSÃO quanto para a MODERAÇÃO, há modelos de avisos nos anexos da [Instrução Normativa](#).

Nos perfis administrados pelo DCS, serão mantidos os comentários, com intensificação da moderação manualmente e automaticamente (lista de palavras vedadas), e limitadas as menções e marcações a perfis seguidos.

10) Obras públicas

A permanência de placas de obras ou projetos de obras, instaladas anteriormente ao período eleitoral, nas quais constem expressões que possam identificar a marca do governo federal, autoridades, servidores ou administrações que estejam em disputa eleitoral, constitui propaganda institucional vedada.

Logo, durante os três meses: deve-se cobrir a marca do governo federal nas placas de obras ou projetos de obras utilizando-se tinta, tarja numa das cores nacionais ou preta, ou plotagem de adesivo com a bandeira nacional ou retirar as placas de obras ou projetos de obras.

No período eleitoral não é permitido o comparecimento de candidatos em inaugurações de obras públicas. No entanto, para evitar problemas que fujam ao controle, recomenda-se evitar a realização de inaugurações nesse período.

10) Canais de comunicação vinculados (não geridos pela Comunicação, mas por projetos, núcleos, setores... do IFCE).

Devem adotar as mesmas orientações que se aplicam aos canais de comunicação oficiais institucionais. Sendo assim, este material deve ser encaminhado aos gestores de canais vinculados. Sugerimos que os gestores das unidades compartilhem essas informações para os administradores de algum canal vinculado que exista no âmbito de sua unidade/campus.

DICAS E RECOMENDAÇÕES DA SECOM

1. Não marcar autoridades com seus @'s em nenhum momento (mesmo fora do período de silêncio);
2. Não citar o nome da autoridade. Exemplo: O presidente da república, Fulano de Siclano, publicou um ato... Melhor fazer: O governo federal publicou um ato...;
3. Nos textos, não fazer “poesia”, nem escrever com emoção. Tem que ser neutro. Tudo depende da FORMA como foi escrito;
4. Nas fotos, evite ao máximo fotos do rosto de autoridades ou só da pessoa. Prioridade em fotos com plano geral;
5. Não colocar links para páginas privadas;
6. Cuidado nas ações que não são vedadas, pois se forem ostensivas, requintadas ou de grande notoriedade, podem ser vedadas por promover a instituição;
7. Atalho Lattes no site não é problema;
8. As interações de orientações gerais não são vedadas. Exemplo: dúvidas sobre o Processo Seletivo nos directs e messengers.
9. Slogans: são criados por um período, logo, não perecem. Não perpassam. Por isso, são vedados. O ideal é que marcas e slogans não sejam usados.
10. Oferecer brindes para os servidores, como calendários, não é proibido, no entanto, pode ser arriscado. Deve-se buscar sempre a neutralidade.
11. Eventos transmitidos pelo YouTube, como colações, exigem que os responsáveis orientem aos participantes quanto ao que pode ser falado, pois o canal pode ser responsabilizado, mesmo que indiretamente.

Referências técnicas:

[Calendário Eleitoral](#) – SECOM

[Cartilha AGU](#) – Condutas Vedadas aos Agentes Públicos

[Condutas Vedadas](#) – Temas selecionados (TSE)

[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.

[Propaganda Institucional](#) – Temas selecionados (TSE)

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

Atenciosamente,



Documento assinado eletronicamente por **Rebeca Casemiro de Oliveira Loiola, Chefe do Departamento de Comunicação Social**, em 30/06/2022, às 11:14, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.ifce.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0 informando o código verificador **3870780** e o código CRC **77F41FE3**.