

Comunicação no Período Eleitoral

Recomendações

Junho de 2018



Base legal

- Instrução Normativa nº 1/2018 – Secom/PR
- Lei nº 9.504/1997
- Ofício Circular nº 2/2018/GABIN/SECOM/SG-PR
- Cartilha "Condutas Vedadas aos Agentes Públicos Federais em Eleições – 2018" - AGU

Objetivo do Conif

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.

Período eleitoral:

7 de julho a 7 de outubro, ou até 28 de outubro, havendo segundo turno.

OBS.: Informações baseadas no entendimento conjunto das assessorias de Comunicação e Jurídica do Conif.



Publicidade permitida

no período eleitoral





✓ **Publicidade Legal –**

Divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e demais informações que tenham o objetivo de atender a prescrições legais.

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.



✓ **Publicidade de Utilidade Pública –**

Reconhecida como de grave e urgente necessidade. 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).



Gastos com publicidade no período eleitoral

No primeiro semestre, não é permitido realizar despesas com publicidade que excedam a média liquidada no primeiro semestre dos três últimos anos.

Considerar os limites informados pela Secom à cada instituição.

Havendo necessidade de um limite maior, a instituição deverá encaminhar pleito à Secom, que poderá autorizar um novo montante.

Contratações realizadas antes do período eleitoral estarão liberadas depois das eleições.



Logo da
Instituição



Uso de marcas em período eleitoral

Não utilizar a marca do Governo Federal e de programas governamentais nos canais de comunicação e em quaisquer meios institucionais – dependências físicas, campanhas, ações, eventos, brindes, *slogans* etc.

Não distribuir materiais impressos ou publicitários com a marca do Governo Federal – publicações, *folders*, cartilhas, folhetos etc. Peças anteriores só poderão ser distribuídas se a marca do Governo Federal estiver coberta.

Novas impressões devem aplicar a expressão "Governo Federal", conforme o Manual de Uso da Marca, disponível para *download* no sítio da [Secom](#).



Uso de marcas em período eleitoral

Retirar ou cobrir a marca do Governo Federal aplicada em placas de obras e em veículos oficiais.

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



Uso de marcas em período eleitoral

Selo de Dez Anos dos Institutos Federais

Poderá ser utilizado em materiais institucionais, desde que não esteja associado a elementos e frases que remetam à publicidade institucional.

Marca das instituições da Rede Federal (IFs, Cefets e CPII) – Liberada para aplicação em materiais que não estejam sujeitos à legislação eleitoral e/ou caracterizem publicidade institucional.

VOCÊ ESTÁ AQUI: PÁGINA INICIAL > ATUAÇÃO > PUBLICIDADE

Orientações gerais
Portal Brasil
Portal do Planalto
Capacitação
Processos seletivos

ATUAÇÃO

- Comunicação Digital
- Canais
- Imprensa
- Internacional
- Pesquisa
- Eventos
- Patrocínio
- Mídia
- Publicidade**
- Orientações
- Campanhas
- Uso da Marca do Governo Federal

ACESO A INFORMAÇÃO

- Institucional
- Ações e programas
- Agendas

Publicidade

Atuação

As ações publicitárias do Governo Federal devem priorizar o caráter educativo, informativo e de orientação social, valorizar a diversidade étnica e cultural e reforçar atitudes que promovam o desenvolvimento humano, o respeito ao cidadão e ao meio ambiente.

VÍDEOS DE CAMPANHAS DO GOVERNO FEDERAL

Filme **Aí eu vi vantagem!**

Programa Identidade Jovem - ID Jovem

Campanha Brasil Mulher

Avançar Parcerias - Fase 2

Avançar Parcerias - Fase 2

Avançar Parcerias - Estrada Social 105

Avançar Parcerias - Estrada Social

ACESO A LISTA

Encontre aqui mais campanhas publicitárias **CLIQUE**

Comunicação Digital no período eleitoral

Até 6 de julho, retirar da área de destaque dos 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* etc.

Publicações anteriores ao período eleitoral poderão ser mantidas nos canais digitais, desde que **datadas** e em área sem destaque.



Comunicação Digital no período eleitoral

As áreas para comentários e interatividade com o público deverão ser suspensas, exceto em casos de urgente necessidade pública. Recomenda-se a divulgação de nota explicativa.

Exemplo:

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.



Comunicação Digital no período eleitoral

Na impossibilidade de suspensão das áreas de interatividade, intensificar os trabalhos de moderação. 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.).

É proibida a veiculação/exibição de pronunciamento de autoridade candidata a cargo político.



Comunicação Digital – Sites

Somente notícias que remetam à orientação e prestação de serviço poderão ser publicadas, como processos seletivos, produção científica, conteúdos didáticos e outras informações de interesse do cidadão.

Conteúdos noticiosos e peças publicitárias anteriores ao 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.

Atenção: Disponibilizar na área de destaque somente conteúdo voltado à prestação de serviço, mesmo que a data de publicação seja anterior ao período eleitoral.



Comunicação Digital – Sites

Releases poderão ser publicados em área de livre acesso, desde que não incluam conteúdo que remeta à publicidade institucional.

Conteúdos didáticos e científicos estão liberados para publicação.

Ex.: atualização de biblioteca digital, pesquisas de estudantes etc.



Comunicação Digital – Mídias Sociais

Somente *posts* que correspondam à publicidade legal poderão ser publicados.

Posts datados até 6 de julho 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.



Comunicação Digital – Mídias Sociais

Os comentários deverão ser rigorosamente moderados, sendo excluídos aqueles de cunho eleitoral eventualmente não filtrados pelos mecanismos automáticos. Recomenda-se a divulgação de nota explicativa.

Exemplo:

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.



Relacionamento com a imprensa no período eleitoral

Os *releases* deverão conter somente dados técnicos e/ou informações de interesse do cidadão, com ênfase à prestação de serviço. Estão proibidos conteúdos e análises que possam insinuar juízo de valor referente a ações, políticas e programas institucionais e/ou de governo.

Recomenda-se que todos os sites das instituições disponham de área exclusiva para divulgação de *releases*.

No atendimento à imprensa, a fonte institucional deve ser cautelosa em seu discurso, evitando menções que possam configurar publicidade institucional ou apoio político.

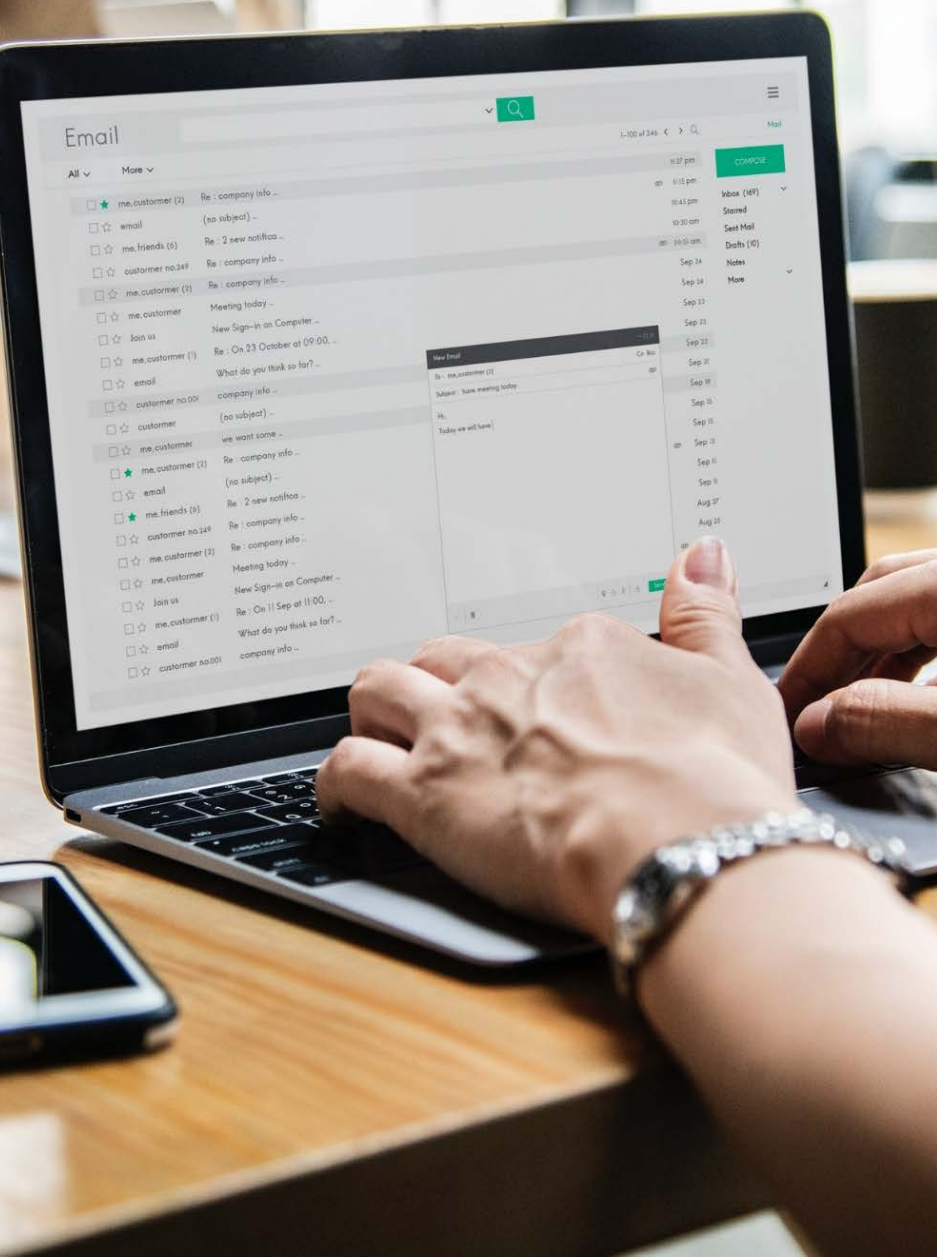


Eventos no período eleitoral

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

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

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



Informações Gerais

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

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

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

Campanhas de *endomarketing* não serão permitidas.



Dúvidas

Situação não contempladas nesta apresentação devem ser interpretadas com prudência e bom senso.

Em caso de dúvida, responda:

- 1- Esta ação é mesmo necessária neste momento?
- 2- Há alguma brecha para denúncias?
- 3- De alguma maneira, isto pode representar publicidade institucional?
- 4- Esta iniciativa pode ser negativamente interpretada pela Justiça Eleitoral?

Mais informações

Procuradoria Jurídica da Instituição da Rede Federal

Secom/ PR

secom.eleicoes@presidencia.gov.br

Assessoria de Comunicação/ Conif

comunicacao@conif.org.br / (61) 3966-7202

