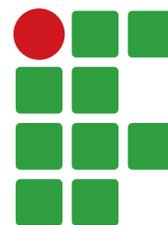


Eleições 2022

**RECOMENDAÇÕES
QUANTO À CONDUTA
DOS SERVIDORES PÚBLICOS
DO IFSP EM PERÍODO ELEITORAL**



**INSTITUTO
FEDERAL**

São Paulo

Eleições 2022

Embasamento técnico:

Calendário Eleitoral 2022 — Secom

IN nº 01/2018 Secom (edição atualizada em 20 de agosto de 2018)

Cartilha AGU 2022

Documento Dircom 2020

Normas para as eleições — Lei nº 9.504/1997 Reunião presencial Secom, Brasília 18/03/2022



**INSTITUTO
FEDERAL**

São Paulo

O presente documento visa esclarecer, de forma resumida, parte das condutas vedadas ou autorizadas aos servidores públicos, no âmbito do ano e período eleitoral. É considerado período eleitoral, ou de defeso eleitoral, os 3 meses que antecedem o pleito. De 02/07/2022 a 02/10/2022 (prorrogável até 30/10/2022 em caso de 2º turno). Essas condutas devem evitar a prática de atos que possam ser questionados como indevidos nesse período, ou em relação aos quais se possa alegar transbordamento da ordem legalmente estabelecida para o pleito eleitoral e potencial influência na sua lisura.

OBJETIVO

Contribuir para a padronização das atividades de comunicação nos câmpus do IFSP, de maneira a evitar ações judiciais e quaisquer outros tipos de sanções em decorrência de descumprimento de normas ou publicidade institucional indevida, considerando sua taxativa proibição no período eleitoral.

PERÍODO ELEITORAL

**De 02/07/2022 a 02/10/2022
Prorrogável até 30/10/2022 em caso de 2º turno**





✓ **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).



Distribuição de materiais institucionais:

Folders, flyers, cartazes, faixas com a marca IFSP.

A distribuição é **autorizada durante o ano todo**, pois se configura material informativo da instituição



Distribuição de brindes:

Canecas, sacolas ecológicas, camisetas, canetas, que contenham a marca IFSP. **Vedada, no período eleitoral, a distribuição dos itens**, pois se configura ação promocional.

Promoção: a ação de comunicação que emprega, predominantemente, técnicas de incentivo e de envolvimento de públicos de interesse dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com o objetivo de estabelecer e estreitar relacionamentos, fidelizar segmentos de clientes, estimular conhecimento, experimentação, interação, engajamento, incremento de vendas ou propiciar a vivência de situações positivas com marcas, conceitos ou políticas públicas (IN Secom nº 01/2018).



Eventos e Transmissões ao vivo:

Estão autorizados os eventos relacionados à missão institucional, eventos técnico-científicos, desportivos, porém não podem caracterizar promoção institucional. Recomenda-se que não haja visitação do público externo, e envio de releases à imprensa.

Durante o período eleitoral, deve-se evitar a exposição de candidatos, siglas, símbolos partidários, números, coligações e pessoas ligadas a partidos políticos, a fim de não haver desigualdade de condições de concorrência ao pleito.

Notícias:

A publicação de notícias é autorizada durante todo o ano. No entanto, deve-se priorizar uma conduta conservadora, não dando ênfase à promoção institucional ou a candidatos, partidos ou coligações políticas e de partidos, nomes, siglas e números partidários.

Não configura publicidade institucional a entrevista de autoridade do 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 (Art. 32 da IN nº 01/2018).





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).

Deve-se "esconder" ou colocar no "modo rascunho" notícias que apresentem conteúdo promocional ou pessoal de políticos, mesmo que devidamente datados e publicados anteriormente ao período eleitoral. Tal medida é aconselhada já que o art. 31 da IN nº 01/2018 foi revogado.



Comunicação Digital no período eleitoral

Até 6 de julho, deve-se retirar da área de destaque dos canais digitais de comunicação 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.

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 2 de julho a 2 de outubro, podendo se estender até o dia 30 de outubro, em caso de segundo turno. Suas demandas podem ser apresentadas ao IFSP Câmpus (colocar o nome) por meio do Serviço de Informação ao Cidadão (SIC) e/ou aquele que estiver em atividade no câmpus – 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 : *Mídias Sociais*

Somente posts que correspondam à publicidade legal poderão ser publicados.

Posts datados até 1 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. Para todo comentário de cunho eleitoral, nas mídias digitais, 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 30 de outubro, em caso de segundo turno.





Mídias Sociais:

Durante o período eleitoral, deve-se realizar comunicado ao público, anunciando que as mídias sociais serão moderadas, no sentido de que haverá exclusão de comentários de cunho eleitoral, tais como a divulgação de nomes de candidatos, números e siglas de partidos ou coligações políticas, ou slogans partidários.

Não se deve repostar conteúdos de terceiros que se enquadrem nas características já descritas como vedadas no período eleitoral.



Campanhas de Ingresso:

As campanhas de ingresso do IFSP são consideradas publicidade de utilidade pública. Quando há contratação de prestação de serviços da agência de publicidade para sua execução, deve-se observar o teto de gastos do primeiro semestre em ano eleitoral, pois os mesmos não podem ultrapassar a média de gastos efetuados nos primeiros semestres dos 3 últimos anos que antecedem o pleito. Nesse caso, a média de gastos com a agência de publicidade nos primeiros semestres de 2019, 2020 e 2021.

No segundo semestre, a contratação de campanhas não é vedada, no entanto ela deve passar pela aprovação da Secom.

Entrevistas:

“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.





Marcas

É vedada a apresentação de marcas governamentais em materiais de comunicação visual do IFSP. Marcas como "Pátria amada Brasil", slogans de governo, e marcas de programas de governo que foram vinculadas à atual gestão devem ser tapadas ou excluídas de circulação ou distribuição.

- A marca IFSP e o Brasão da República podem ser utilizados a qualquer tempo.
- Nas placas de obras, recomenda-se tapar com fita adesiva a marca do Governo Federal.

Tabela de Exemplos:

Conduta	Exemplo	Vedado em algum período?	Período de vedação
Distribuição de materiais promocionais	camisetas	✗ Sim	Período eleitoral
Distribuição de materiais institucionais	folder de curso	✓ Não	Nenhum
Realização de evento	JIFSP	✓ Não	Nenhum
Transmissão ao vivo	Palestra transmitida ao vivo com convidados pertencentes a partidos políticos, ou com pessoas que incitem votos ou conteúdo eleitoral	✗ Sim	Período eleitoral
Transmissão ao vivo	Evento científico	✓ Não	Nenhum
Campanha Orgânica de Ingresso	Campanha de cursos FIC	✓ Não	Nenhum
Campanha de Ingresso com prestação de serviços da agência	Campanhas para o segundo semestre	✗ Sim	Período eleitoral: podem ocorrer desde que aprovados pela Secom
Notícias que contemplem a missão institucional	Ensino, pesquisa, extensão	✓ Não	Nenhum
Notícias que possam ser entendidas como promoção institucional	Convite para conhecer o câmpus	✗ Sim	Período eleitoral
Placa de obra	Placa de obra do câmpus contendo a marca do "Pátria amada Brasil"	✗ Sim	Período eleitoral
Portal Institucional	Rodapé com marcado governo federal	✗ Sim	Período eleitoral
Página de programa governamental da gestão atual	Página do programa "Qualifica Mulher", contendo sua identidade visual	✗ Sim	Período eleitoral
Vídeo no canal do YouTube do Câmpus	Vídeo com parlamentares entregando obra	✗ Sim	Período eleitoral

Expediente

Reitor

Silmário Batista dos Santos

Chefe de Gabinete

Rafael Alves

Pró-Reitoria de Planejamento e Desenvolvimento Institucional – PRD

Bruno Nogueira Luz

Pró-Reitoria de Administração – PRA

José Roberto da Silva

Pró-Reitoria de Ensino – PRE

Carlos Eduardo Pinto Procópio

Pró-Reitoria de Extensão – PRX

Gabriela de Godoy Cravo Arduino

Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-graduação – PRP

Adalton Massalu Ozak

Diretoria de Comunicação

Fábio Luis Cabral

Texto

Daniela Bazenga

Danielle Yura

Kelly Albuquerque

Lidiane Trajano

Revisão

André Simões

Priscila Segantini Varaschin

Projeto gráfico e Diagramação

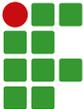
Alan Feijó

Tiago Valentim

Ilustrações

Freepik

Diretoria de
Comunicação
do IFSP


**INSTITUTO
FEDERAL**
São Paulo