

Comunicação institucional – eleições 2022

A comunicação institucional no âmbito da Universidade de Brasília, no período das eleições em 2022, deve observar determinações expressas na Instrução Normativa da Secretaria Especial de Comunicação Social (Secom) da Presidência da República (Secom-PR) nº 01, de 11 de abril de 2018; no Parecer nº 00048/2018 da Procuradoria Federal junto à UnB (PF-UnB), de 26 de janeiro de 2018; e na Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997.

Defeso eleitoral

O chamado defeso eleitoral em 2022 corresponde ao período de 2 de julho a 2 de outubro, caso a eleição se encerre em um único turno, ou de 2 de julho a 30 de outubro, em caso de segundo turno. Nesse período, ficam vedadas aos agentes públicos – servidores ou não – condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos nos pleitos eleitorais.

Canais de comunicação institucional

De acordo com o Ato da Reitoria nº 0549/2022, cabe à Secretaria de Comunicação (Secom) a gestão dos canais oficiais de comunicação institucional da UnB:

- a) Portal UnB (www.unb.br);
- b) Portal UnBCiência (unbciencia.unb.br);
- c) Portal UnBNotícias (noticias.unb.br);
- d) UnBImagens (unbimagens.unb.br);
- e) Revista Darcy (revistadarcy.unb.br);
- f) Instagram (@unb_oficial);
- g) Twitter (@unb_oficial);
- h) Facebook (@oficial_unb);
- i) Flickr (unb_agencia);
- j) YouTube: (<https://www.youtube.com/user/AgenciaUnB>).

Unidades administrativas e acadêmicas da UnB que disponham de canais de comunicação próprios, inclusive canais digitais (sites, perfis e páginas em redes sociais e plataformas de streaming), também devem observar as vedações estabelecidas por lei na gestão desses canais, durante o período eleitoral.

Veiculação de conteúdos

A veiculação ou exibição de conteúdos noticiosos nos canais de comunicação institucional da Universidade, durante o defeso eleitoral, deverão observar os limites da informação jornalística, com vistas a dar conhecimento ao público das ações de governo, sem menção a circunstâncias eleitorais e evitando-se nomes de agentes públicos.

Ficam vedadas a veiculação e exibição de discursos, fotos, entrevistas ou qualquer tipo de pronunciamento de autoridade que seja candidata a cargo político nas eleições.

Os pronunciamentos veiculados ou exibidos antes do período eleitoral poderão ser mantidos nos canais digitais, desde que em área sem destaque e devidamente datados, para que se possa comprovar o período de sua gravação e veiculação.

Não configura publicidade institucional a entrevista 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.

Ficam vedadas publicações que contenham nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos ligados, direta ou indiretamente, a campanhas eleitorais. Conteúdos e análises com juízo de valor sobre ações, políticas públicas e programas sociais e comparações entre gestões de governo também estão vedadas.

Mídias sociais

Os conteúdos das postagens em perfis e páginas de mídias sociais da UnB, durante o defeso eleitoral, deverão restringir-se à prestação de serviços ao cidadão, com caráter educativo, informativo ou de orientação social. Não poderão, assim, sob nenhuma hipótese, estar alinhadas à publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral.

Postagens anteriores ao período eleitoral, de conteúdos sujeitos à legislação eleitoral, poderão ser mantidos no perfil, desde que devidamente datados, não devendo ser reeditados, nem promovidos, de forma a obter novo destaque na linha do tempo.

As áreas de interação com o público deverão ser mediadas para que se evitem comentários de cunho político-eleitoral, que possam caracterizar propaganda eleitoral, tais como a divulgação de nomes e números de candidatos, siglas e nomes de partidos políticos, slogans de campanhas partidárias, bem como de palavras-chave, tais como eleições, segundo turno ou outras nomenclaturas da espécie.

Os responsáveis pelos canais digitais deverão estar atentos às orientações para não sofrerem as penalidades da legislação eleitoral.

Marca do Governo Federal

Fica suspensa, durante o período eleitoral, toda e qualquer forma de divulgação da marca do Governo Federal, em qualquer ferramenta utilizada como meio de comunicação. Considera-se, para fins da presente suspensão, a marca do Governo Federal, vigente ou anterior, 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.

Deverão ser alterada a exposição e retiradas ou ocultadas a marca do Governo Federal nas placas de obras ou de projetos de obras em que a União participe, direta ou indiretamente.

As restrições acima descritas não se aplicam à marca Gov.Br, cujo uso continua válido, independente do período.

Mais informações

Instrução Normativa Secom/SG-PR nº 1/2018: <https://bit.ly/3QZt7SC>

Parecer PF-UnB nº 00048/2018: <https://bit.ly/3brawP8>

Lei nº 9.504/1997: <https://bit.ly/3y7xQtb>

Cartilha AGU – Condutas Vedadas aos Agentes Públicos Federais em Eleições:
<https://bit.ly/3GNxmfJ>

Calendário Eleitoral: <https://bit.ly/3asL5ME>

FAQ Eleições 2022 Secom da Presidência da República: <https://bit.ly/3xcSHf8>