

Perguntas & Respostas

ELEIÇÕES 2018 – IFBA

ATUALIZADAS
A PARTIR DA
INSTRUÇÃO
NORMATIVA Nº5



INSTITUTO FEDERAL
DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
Bahia

APRESENTAÇÃO

Esse documento tem por objetivo esclarecer as principais dúvidas e trazer orientações relativas aos procedimentos de comunicação e condutas a serem adotados durante o Período Eleitoral (de 7 de julho a 7 de outubro, em caso de segundo turno, 28 de outubro).

As informações contidas aqui têm como base documentos emitidos pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República - Secom, Conselho Nacional das Instituições da Rede Federal de Educação, Profissional, Científica e Tecnológica - Conif, Cogecom – Colégio de Gestores de Comunicação das Universidades Federais, além de cartilhas do IFES e do IFRJ e o entendimento da equipe da Diretoria de Gestão da Comunicação Institucional – DGCOM do IFBA. **Algumas respostas foram atualizadas a partir da instrução normativa nº 5, de 20 de agosto de 2018, da Secom, documento que alterou a instrução normativa nº 1.**

Reforçamos que se faz necessária a leitura dos instrumentos legais. As referências podem ser consultadas na página da DGCOM: http://portal.ifba.edu.br/dgcom/documentos-e-manuais/normas_e_leis

1. O QUE DEVE SER RETIRADO DO SITE?

Marcas de gestão, banners, vídeos, etc, além de notícias em destaque que estejam contemplados pelo que trata a **instrução normativa nº 1 - SECOM**. Os conteúdos antigos, permitidos pela instrução normativa, devem estar fora de áreas de destaque e devem ficar em links nos menus laterais.

2. COMO DEVEMOS PROCEDER PARA FAZER NOTÍCIAS NO PERÍODO ELEITORAL?

As notícias podem ser publicadas. Os conteúdos devem ter a finalidade informativa e de orientação social e não devem contemplar assuntos que possam ser enquadrados em publicidade/promoção institucional nem em notícias de teor eleitoral. As notícias são vedadas. A divulgação de qualquer conteúdo será restringida à divulgação de caráter estritamente informativo de interesse do cidadão, de orientação ou de prestação de serviço, cuja divulgação seja imprescindível – e isso deve valer para todos os meios: sites, redes sociais, murais, boletins, e-mails institucionais, etc. Sugerimos escrever uma frase que passe a informação de forma concisa, mas é necessário avaliar se a temática é permitida no período eleitoral. Ex.: “Resultado final do Edital nº XX/2018 referente ao processo seletivo simplificado”. Os conteúdos noticiosos

veiculados antes do período eleitoral podem ser mantidos em área sem destaque e devidamente datados, para que se possa comprovar junto à Justiça Eleitoral o período de sua veiculação.

3. É PERMITIDA A DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES DE INTERESSE DO CIDADÃO, TAIS COMO INFORMAÇÕES RELATIVAS À INSCRIÇÃO EM CONCURSOS PÚBLICOS OU AO CADASTRAMENTO VINCULADO A SERVIÇOS OFERECIDOS À SOCIEDADE, OU MESMO CONTEÚDOS DIDÁTICOS E CIENTÍFICOS DURANTE O PERÍODO ELEITORAL NOS SÍTIOS DOS ÓRGÃOS NA INTERNET?

Sim, as ações que não possuem natureza publicitária estão permitidas durante o período eleitoral, pois esses conteúdos são estritamente informativos, de orientação ou de prestação de serviço ao cidadão. No entanto, cuidados especiais devem ser adotados pelos órgãos nessas divulgações, tendo em vista que são vedados quaisquer sinais que possam constituir ação de publicidade, objeto de controle da legislação eleitoral.

4. QUAIS PUBLICAÇÕES PODEM SER FEITAS NO SITE?

Notícias que não infrinjam a legislação eleitoral e conteúdos didáticos e científicos, como atualização de biblioteca digital, pesquisas de estudantes, desde que não remeta minimamente à publicidade institucional.

5. POSSO MANTER BANCOS DE IMAGENS, VÍDEOS E ACERVOS NO SITE?

Sim, desde que devidamente datados e mantidos **em áreas sem destaque**.

6. COMO DEVEMOS PROCEDER COM O ENVIO DE RELEASES PARA A IMPRENSA?

Releases podem ser enviados, mas é necessário criar um espaço de “Releases enviados à imprensa”, no qual deve constar a data que o texto foi disponibilizado para os meios de comunicação.

7. O QUE FAZER COM AS REDES SOCIAIS (FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM, ETC)?

Recomendamos que páginas e perfis de setores da Reitoria e dos campi, além de páginas de eventos, sejam retirados do ar, no período de 7 de julho a 28 de outubro (se houver segundo turno), permanecendo ativas apenas as páginas principais dos campi (aquelas administradas por um comunicador ou servidor designado para tal atividade) e desde que haja monitoramento diário. **Porém, caso seja identificado que não há condições de realizar esse monitoramento, recomendamos desativá-las.**

8. O QUE DEVE SER RETIRADO DAS PÁGINAS E PERFIS EM REDES SOCIAIS?

Toda e qualquer publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, tais como filmes, vinhetas, vídeos, anúncios, painéis, banners, posts, marcas, slogans e qualquer conteúdo de natureza similar. Atenção, pois isso também vale para a publicidade do órgão em propriedades digitais de terceiros (contratos, convênios, parcerias ou ajustes similares) cabendo ao IFBA guardar comprovação de que solicitou tal providência e manter registros claros de que a publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral foi veiculada, exibida ou exposta antes do período eleitoral para que, caso seja necessário, apresente prova junto à Justiça Eleitoral. Cabe ao IFBA zelar pelos conteúdos divulgados em suas propriedades digitais, ainda que tenham suspenso a veiculação da publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, e tomar todas as providências cabíveis para que não haja descumprimento da lei.

9. COMO PROCEDER NA UTILIZAÇÃO DE PÁGINAS E PERFIS QUE PERMANECEREM ATIVOS DURANTE O PERÍODO ELEITORAL?

Apenas posts de publicidade legal¹ podem ser publicados. É vedada a inclusão de posts nos perfis dos órgãos em redes sociais, vinculados à publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral. Ou seja, **após o início do período eleitoral, não é permitida a divulgação de post, cujo conteúdo seja de natureza institucional, de utilidade pública (salvo em caso de grave e urgente necessidade, reconhecido pelo TSE) ou de publicidade mercadológica de produtos e serviços que não tenham concorrência de mercado.** Esses posts, se anteriores ao período eleitoral, podem ser mantidos, desde que devidamente datados, para comprovação da data de sua inclusão. Contudo, não podem ser reeditados para obter novo destaque na linha do tempo. E caso ganhem destaque na linha do tempo, devido a algum comentário externo, devem ser imediatamente ocultados ou excluídos.

¹ Veja pergunta 15

10. QUAIS TERMOS DEVO USAR COMO FILTRO PARA BLOQUEAR PUBLICAÇÕES OU COMENTÁRIOS NAS REDES SOCIAIS DO CAMPUS?

Os termos relativos às eleições. Podem ser listados nomes dos candidatos; slogans de campanhas político-partidárias; nomes dos partidos; termos relativos à eleição (voto, urna); termos pejorativos que venham desqualificar candidatos, partidos, eleitores. **Devemos ficar atentos também para possíveis distorções em que pode haver substituição de letras por números e demais símbolos ortográficos, por exemplo: voto, vo7o, vo.to.**

11. QUAIS MARCAS PODEM SER USADAS?

Em relação ao uso de marcas em placas, faixas e quaisquer espaços e ambientes físicos, o uso da marca do IFBA é permitido.

As marcas “de gestão”, aquelas transitórias, que são feitas pelo Governo durante determinada gestão, devem ser retiradas ou cobertas. Em quaisquer ações de parceria (com prefeituras, por exemplo), cabe ao IFBA solicitar que as marcas de gestão sejam retiradas, pois a nossa marca fixa não deve estar associada a nenhuma marca ou símbolo de gestão.



12. QUAIS SÃO AS AÇÕES DE PUBLICIDADE PERMITIDAS NO PERÍODO ELEITORAL?

Aquelas ações publicitárias referentes à publicidade legal², à publicidade de utilidade pública³ reconhecida como de grave e urgente necessidade pública pela Justiça Eleitoral, a publicidade mercadológica⁴ de produtos ou serviços que tenham concorrência no mercado e a publicidade destinada a público constituído de estrangeiros, realizada no país ou no exterior.

² Veja pergunta 15

³ Veja pergunta 16

⁴ A publicidade que se destina a alavancar vendas ou promover produtos e serviços no mercado.

13. QUAIS SÃO AS AÇÕES DE PUBLICIDADE PROIBIDAS NO PERÍODO ELEITORAL?

Estão vedadas as ações de publicidade institucional, de publicidade de utilidade pública e a publicidade mercadológica de produtos e serviços que não tenham concorrência no mercado.

14. O QUE É PUBLICIDADE INSTITUCIONAL?

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

15. O QUE É PUBLICIDADE LEGAL?

Composta por divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com o objetivo de atender aos preceitos legais.

16. O QUE É PUBLICIDADE DE UTILIDADE PÚBLICA?

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

17. PODEMOS FAZER EVENTOS?

Sim. Podemos realizar eventos culturais, técnicos, festas típicas e celebração de datas comemorativas, mas não é permitida a promoção pessoal de servidores públicos e autoridades. O comparecimento de candidatos a eventos institucionais está proibido, mas a mera presença em inauguração de obra pública como qualquer pessoa da população (sem destaque e sem uso da palavra) não é ilegal. **Atenção:** os eventos podem ser divulgados desde que não estejam enquadrados em publicidade/**promoção institucional** e/ou não infrinjam a legislação eleitoral. É permitida **apenas a realização de eventos técnicos e outros que não caracterizem ação de promoção institucional**⁵. Mas é proibida a presença de candidatos que, tampouco, devem ser mencionados por mestres de cerimônias/apresentadores/palestrantes. **Atenção:** a divulgação de eventos do IFBA, inclusive técnicos e científicos, só poderá ser feita pela imprensa (veículos de comunicação externa).

⁵ Ações para promover, valorizar e fortalecer a imagem do IFBA.

18. PODEMOS FAZER CAMPANHAS DE ENDOMARKETING⁶?

Sim. Mas não deve ocorrer promoção pessoal de candidatos, menção a conteúdo eleitoral ou pedido de voto. Não.

⁶ Endomarketing é uma ferramenta de gestão voltada para o público interno no sentido de entendê-lo como alvo primeiramente, para, em seguida, considerá-lo como promotor da marca, serviço ou produto. São ações que visam alcançar metas, que resultem na satisfação do público externo e e que venham gerar promoção para a organização. Entre essas ações estão treinamentos, workshops e campanhas de promoção.

19. PODEMOS FAZER CAMPANHAS DE COMUNICAÇÃO INTERNA⁷?

Sim.

20. PODEMOS CEDER ESPAÇOS, COMO AUDITÓRIOS, PARA REALIZAÇÃO DE ATOS POLÍTICOS?

Sugerimos que não aceitemos convenções, assembleias e encontros de políticos e/ou partidos. Mas no caso de debates, podemos, sim, permitir o uso das nossas instalações, pois é um espaço público, sendo cedido para a população receber as propostas dos candidatos. Os debates podem acontecer, desde que, seja garantida a **isonomia**. Assim, todos os candidatos devem ser convidados - mesmo que nem todos compareçam. Sugerimos que seja solicitado que todos os pedidos sejam **acompanhados de propostas** que comprovem que essa isonomia será garantida.

⁷ A comunicação interna é uma ferramenta estratégica para a compatibilização dos interesses dos colaboradores e da empresa, através do estímulo ao diálogo, à troca de informações e de experiências e à participação em todos os níveis, na busca da qualidade das relações humanas. O colaborador é visto como agente dos processos organizacionais de modo a estimular o senso de pertencimento à instituição. Pode-se destacar como ações de comunicação interna: programas de integração, competições esportivas, eventos culturais, festas folclóricas, eventos sociais, aniversariantes.

21. PODEMOS FAZER POSTAGENS RELACIONADAS À ELEIÇÃO NOS NOSSOS PERFIS PESSOAIS?

Todos os servidores têm direito a opinar em redes sociais e na sua vida, mas sugerimos cautela e atenção aos horários das postagens - isto deve ser feito fora do horário de expediente.

22. E PODEMOS USAR OS E-MAILS OFICIAIS PARA ENVIO DE MENSAGENS RELACIONADAS À ELEIÇÃO?

Não. Os e-mails oficiais devem ser utilizados, estritamente, para fins institucionais, não devendo ser utilizados para o envio de mensagens pessoais, para divulgação de material de campanha eleitoral, ou para qualquer finalidade correlata.

23. NO CASO DE DÚVIDAS O QUE FAZER?

Todos podem consultar a DGCOM por e-mail e, através de envio de processo via SEI, recorrer à Procuradoria Jurídica do IFBA - Projur. Também é possível, em alguns casos, consultar o próprio TSE.

24. QUANDO O TSE DEVE SER CONSULTADO E COMO?

Para liberação de ações/informações que demonstrem grave e urgente necessidade pública da ação de publicidade. Devem ser feitos pedidos de análise à SECOM com solicitação de consulta ao TSE. É necessário observar o **capítulo V (Dos pedidos de autorização à justiça Eleitoral), da instrução normativa nº 01/2018, da SECOM** para ver a descrição dos passos e todos os documentos necessários para o envio.

MODELOS DE NOTAS EXPLICATIVAS PARA USUÁRIOS MEIOS ELETRÔNICOS

MODELO 1 - PARA O SITE

Em decorrência das Eleições 2018, no período de 7 de julho a 7 de outubro (em caso de segundo turno, poderá se estender até dia 28 de outubro), o IFBA restringirá seu conteúdo e publicará apenas informações de utilidade pública e prestação de serviço.

Fizemos mudanças no nosso site e demais veículos de comunicação para atender à legislação eleitoral.

Pedimos a compreensão dos senhores, usuários.

MODELO 2 - PARA REDES SOCIAIS

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 IFBA por meio do Serviço de Informação ao Cidadão (SIC), e-mail e por XXX.

MODELO 3 - PARA REDES SOCIAIS

Caro usuário,

Em atendimento à legislação eleitoral, a área para comentários deste canal passará por moderação. 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 IFBA por meio do Serviço de Informação ao Cidadão (SIC), e-mail e por XXX.

Fontes:

Instrução Normativa SECOM 1/2018.

Instrução Normativa SECOM 5/2018.

Site SECOM (perguntas e respostas adaptado).

Orientações Conif e Cogecom.

Cartilha conduta Legal nas Eleições 2018 – IFES, Eleições 2018.

Conduta legal e procedimentos no âmbito do IFRJ.

DGCOM.

Consulte as referências aqui:

http://portal.ifba.edu.br/dgcom/documentos-e-manuais/normas_e_leis

Perguntas & Respostas

ELEIÇÕES 2018 – IFBA

**ATUALIZADAS
A PARTIR DA
INSTRUÇÃO
NORMATIVA Nº5**

