

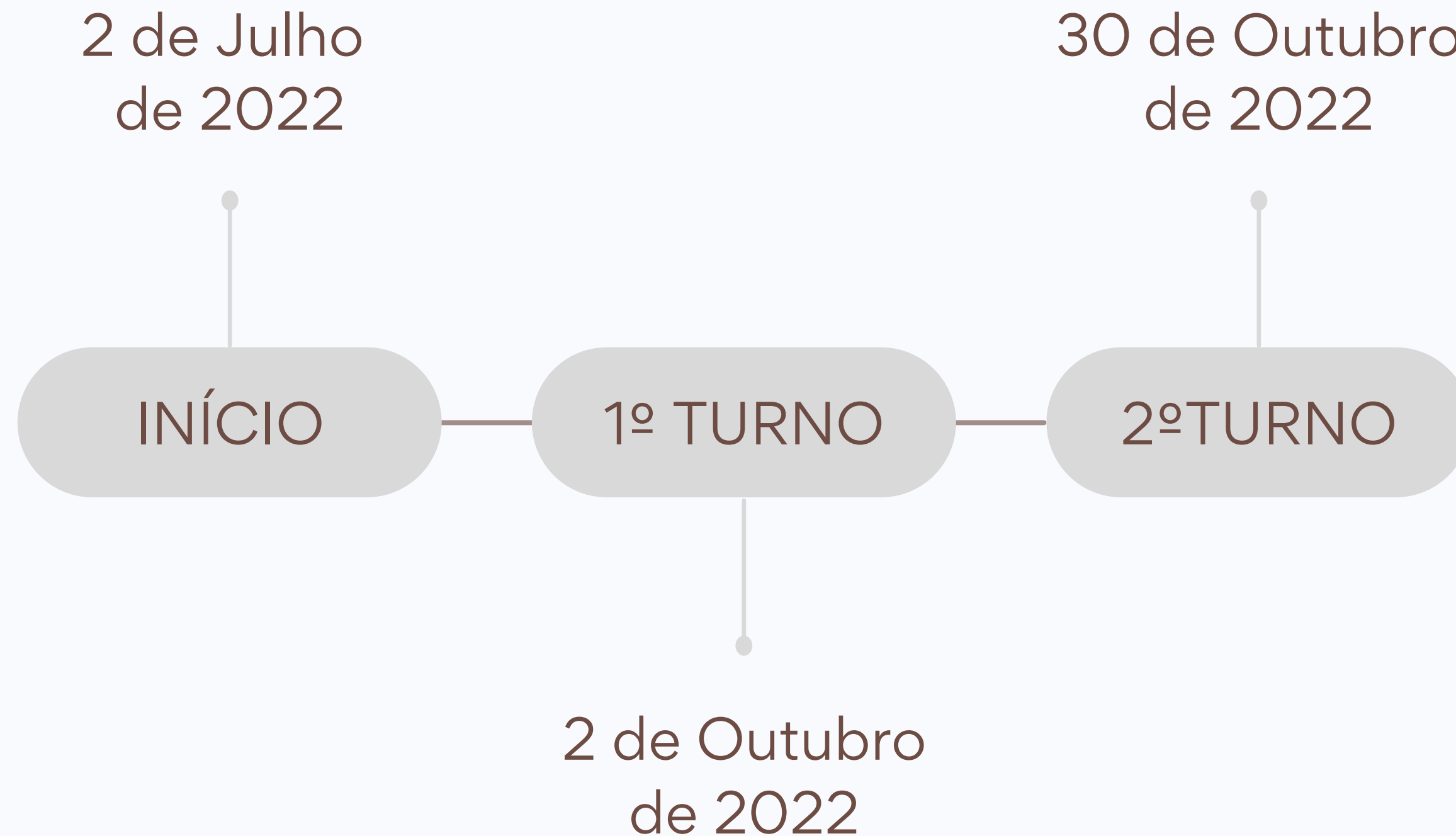


# Eleições 2022

NORMAS DE CONDUTA PARA  
AGENTES PÚBLICOS FEDERAIS

O período eleitoral no ano de 2022 se inicia em **2 de julho** e termina em **2 de outubro**, podendo ser estendido até o dia **30 de outubro**, no caso de eventual segundo turno. Durante esse período, os órgãos e entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal, entre eles a **Comunicação Social da UFTM**, devem seguir o estabelecido na **INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 1, DE 11 DE ABRIL DE 2018**.

# Período Eleitoral



De acordo com a INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 1, DE 11 DE ABRIL DE 2018, o conceito de publicidade engloba **toda ação de difusão de informação**. Com isso, a produção de conteúdos e respectiva veiculação pela Comunicação Social da UFTM passará por adequações.

As orientações são rigorosas e devem ser seguidas por todos os agentes públicos.

**Páginas de institutos e unidades administrativas, entre outras, que realizam publicações por meio do Sistema de Publicações UFTMNet integrado ao Portal também deverão obedecer às normas, uma vez que são relacionadas à Instituição e gerenciadas por agentes públicos da UFTM.**

A divulgação e a publicação gráfica ou eletrônica, além de prévia análise de possibilidade, **caso a caso**, deve considerar a aferição de um quadrinômio essencial quanto a:

**conteúdo,  
forma,  
finalidade  
e utilidade.**

# IMPrensa - LIBERADO



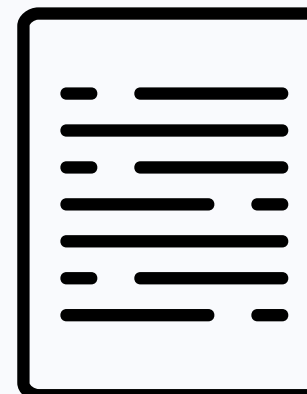
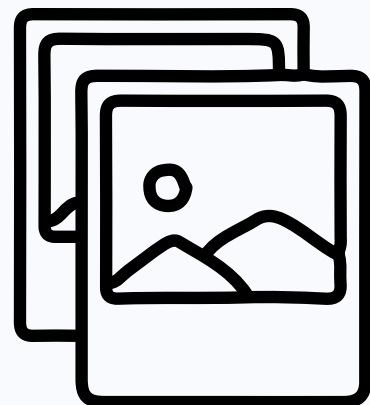
Disponibilizar releases.

## \*OBSERVAÇÕES

Serão priorizados conteúdos estritamente informativos vinculados à prestação de serviços públicos.

### FOTOS

Serão priorizadas imagens neutras ou fotografias de fachadas de ambientes. Não serão publicadas fotos de autoridades e serão evitadas fotos de membros da comunidade.



### Textos

Serão publicados em linguagem neutra e objetiva, sem adjetivações, sem emissão de juízo de valor ou exaltação de atos ou de autoridades. Devem ter como princípio a impessoalidade. As divulgações devem se abster ao máximo de usar o nome ou a imagem de servidores e autoridades. Devem sempre ter por exclusiva finalidade levar ao cidadão informação presente, explicativa e que seja relevante apenas em data ou período específico no tempo.

# IMPrensa - TEMAS AUTORIZADOS



Concursos.



Processos Seletivos.



De orientação.



Prestação de serviço.

Os temas abordados devem ter vínculo com as ações de ENSINO, PESQUISA e EXTENSÃO desenvolvidas e devidamente registradas na UFTM.

- **SUGESTÕES DE PAUTA QUE ABORDEM TEMAS VETADOS NÃO SERÃO ATENDIDAS.**

# IMPrensa - TEMAS VETADOS



Juízo de valor sobre ações.



Políticas públicas.



Programas sociais.



Nome ou imagem de autoridades.



Comparações entre gestões de governo.



Recebimento e uso de recursos financeiros públicos.



# LINKS EM PÁGINAS

A utilização de página na internet mantida por órgão público para **veicular link de sítio pessoal de candidato**, no qual conste propaganda eleitoral, **enquadra-se na vedação contida no art. 57-C, § 1º, II, da Lei nº 9.504/97.**

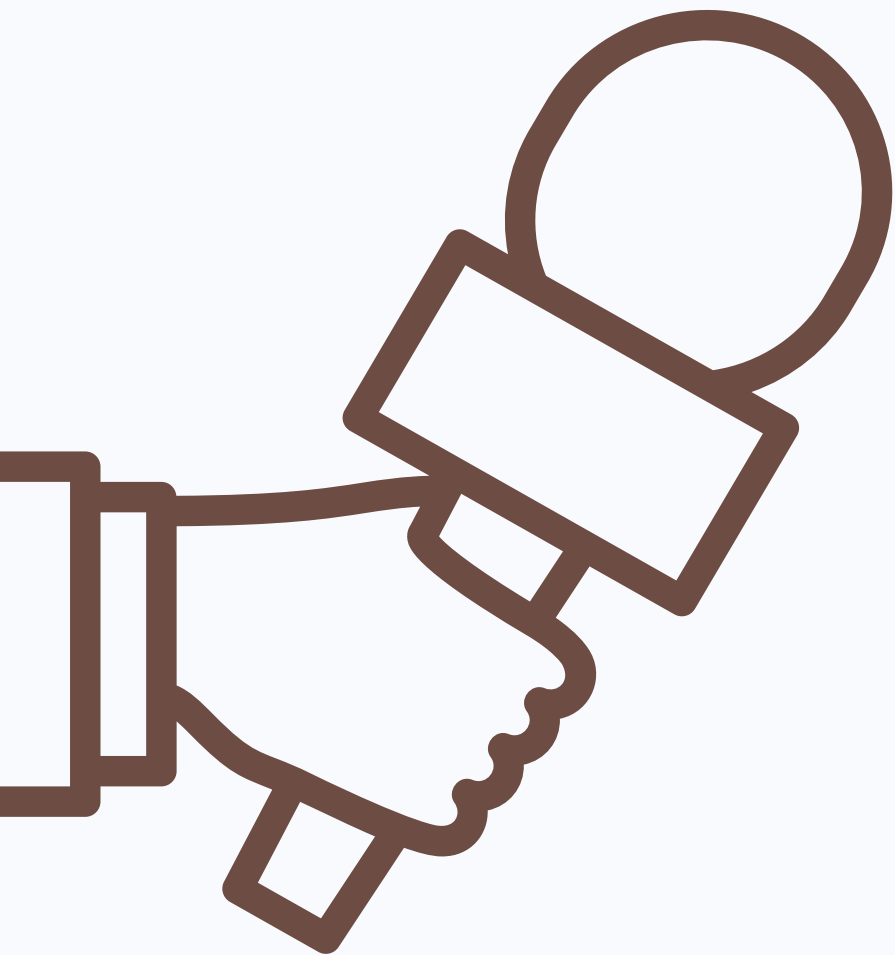


O fato de constar na página oficial somente o link do sítio pessoal do candidato, e não a propaganda em si, não afasta o caráter ilícito de sua conduta.

# ENTREVISTAS OU PRONUNCIAMENTOS

Em regra, os **pronunciamentos** ou **entrevistas dos agentes públicos** não estão vetados, desde que realizados no exercício de suas funções e restritos às questões de natureza administrativa afetas à sua atuação institucional, **sem menção a fatos eleitorais**.

- Deve-se dar, sempre que possível, **preferência para entrevistas escritas**.
- Admite-se o registro audiovisual das entrevistas concedidas, quando restritas às questões administrativas e **sem qualquer juízo de valor**.
- Qualquer tipo de **informação** deve ser divulgado de **forma imparcial, sem análise de atos ou pessoas específicas**.



# REDES SOCIAIS

Diante da impossibilidade de controlar comentários, da disseminação de mensagens que possam ter conteúdo eleitoral e da falta de uma ferramenta de controle fornecida pelas diversas mídias sociais para essa finalidade, **as redes sociais oficiais da UFTM gerenciadas pela Comunicação Social da UFTM serão desativadas temporariamente**, atendendo ao estabelecido na INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 1, DE 11 DE ABRIL DE 2018.

Os **perfis institucionais oficiais da Universidade Federal do Triângulo Mineiro – UFTM nas mídias sociais são:**

I - Facebook: <https://www.facebook.com/uftmsocial>;

II - Instagram: <https://www.instagram.com/uftmsocial/>;

III - Twitter: <https://twitter.com/uftmsocial>;

IV - YouTube: <https://www.youtube.com/uftmsocial> ; e

V - LinkedIn: <https://www.linkedin.com/school/uftm>.

# REDES SOCIAIS



\*Servidores públicos que gerenciem canais ou contas em mídias sociais criadas com a intenção de representar unidades administrativas ou acadêmicas devem estar atentos e seguir o estabelecido na legislação eleitoral, na Instrução Normativa e nas Condutas Vedadas aos agentes públicos federais em eleições da AGU.

# PORTAL DA UFTM

Páginas de institutos, unidades administrativas entre outras que realizam publicações por meio do Sistema de Publicações UFTMNet integrado ao Portal também deverão obedecer às normas.

\*A marca do Governo Federal será temporariamente retirada do Portal da UFTM.

\*O módulo de notícias e comunicados será alterado temporariamente durante o período eleitoral.

**Havendo dúvida razoável sobre se determinada conduta, vedada ou não pela lei eleitoral, deve-se sempre se abster da prática da conduta objeto da dúvida.** A máxima *in dubio pro* igualdade funciona, desse modo, como um critério de interpretação e aplicação do Art. 73 da Lei das Eleições, que orienta a conduta funcional dos agentes públicos durante os períodos eleitorais.



# LINKS PARA CONSULTA SOBRE O TEMA

CONDUTAS VEDADAS AOS AGENTES PÚBLICOS FEDERAIS EM ELEIÇÕES 2022

CALENDÁRIO ELEITORAL 2022

OFÍCIO CIRCULAR Nº 220/2022/SEI-MCOM

OFÍCIO CIRCULAR Nº 257/2022/SEI-MCOM

LEI Nº 9.504, DE 30 DE SETEMBRO DE 1997 (LEI DAS ELEIÇÕES)

DECRETO Nº 1.171, DE 22 DE JUNHO DE 1994 – CÓDIGO DE ÉTICA PÚBLICA

TSE

JUSTIÇA ELEITORAL

FAQ - ELEIÇÕES 2022 - Secretaria Especial de Comunicação Social