



Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 4-AGECOM/RTR/UFMS, DE 18 DE MAIO DE 2022.

Aprova as normas e os procedimentos da Política de Comunicação durante o período eleitoral no âmbito da Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

A **DIRETORA DA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E CIENTÍFICA** da Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, no uso de suas atribuições legais, e considerando o Calendário Eleitoral 2022 e orientações específicas produzidas pela Secretaria de Comunicação do Governo Federal em consonância com a legislação vigente; a Instrução Normativa SG-PR Nº 01, de 11 de abril de 2018; a Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997, e o processo 23104.016180/2022-01 resolve:

Art. 1º Ficam aprovadas as normas e os procedimentos da Política de Comunicação durante o período eleitoral no âmbito da Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS, englobando a Cidade Universitária e os Câmpus.

Parágrafo único. As normas deverão abranger o período de 2 de julho a 2 de outubro, e até 30 de outubro, se houver segundo turno das eleições em 2022.

CAPÍTULO I

DA VEICULAÇÃO DE CONTEÚDOS

Art. 2º Poderão ser veiculados ou exibidos conteúdos noticiosos nos canais digitais da UFMS desde que observados os limites da informação jornalística, com vistas a dar conhecimento ao público das ações de governo, sem menção a circunstâncias eleitorais e evitando nomes de agentes públicos.

§ 1º Fica vedada a veiculação e exibição de discursos, fotos, entrevistas ou qualquer tipo de pronunciamento de autoridade que seja candidata a cargo político nas eleições.

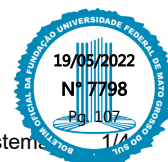
§ 2º Entende-se por canais digitais sítios, portais, perfis e páginas em redes sociais, plataformas de streaming, aplicativos, canais de serviços de mensagens instantâneas e canais de comunicação externa.

§ 3º 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.

§ 4º 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.

CAPÍTULO II

DA PUBLICAÇÃO EM REDES SOCIAIS



Art. 3º Durante o período eleitoral podem ser divulgados ou exibidos posts nos perfis nas redes sociais institucionais, desde que não estejam alinhados à publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral.

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

Art. 4º 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.

§ 1º Em caso da mediação não ser suficiente, deverá ocorrer a suspensão da interatividade, que deverá ser divulgada nota explicativa informando que a área será reaberta após o período eleitoral.

§ 2º Deverão ser excluídos das redes sociais da UFMS todos os comentários de cunho eleitoral, a qualquer tempo.

Art. 5º Os responsáveis pelos canais digitais oficiais deverão estar atentos às orientações para não sofrerem as penalidades da legislação eleitoral.

CAPÍTULO III

DA MARCA DO GOVERNO FEDERAL

Art. 6º 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.

§ 1º A marca do Governo Federal deverá ser retirada dos canais digitais oficiais da UFMS, tais como portais e sítios na internet e perfis em redes sociais, aplicativos móveis, dentre outros dispositivos digitais.

§ 2º 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.

Art. 7º Deverão ser alteradas a exposição, 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.

Art. 8º Os conteúdos das postagens deverão restringir-se à prestação de serviços ao cidadão, com caráter educativo, informativo ou de orientação social.

Art. 9º Caso a marca do Governo Federal esteja presente em propriedades digitais de outros entes públicos ou privados, em decorrência de termos de contrato, convênios, parcerias ou de ajustes similares firmados com a Universidade, cumpre demandar formal e tempestivamente a sua retirada.

CAPÍTULO IV

DA REALIZAÇÃO DE EVENTOS

Art. 10. É vedada a participação de candidatos em inaugurações de obras públicas.



Art. 11. A participação de candidatos em eventos internos deverá ser autorizada pelo Dirigente da Unidade, com mediação e anuência acordada, antecipadamente, com a Diretora da Agência de Comunicação Social e Científica da UFMS, e sem qualquer veiculação nos canais digitais da Universidade.

§1º Não será permitida a realização de debates entre os candidatos em espaços internos da UFMS.

§2º Para garantir a isenção político-partidária da Universidade, o Dirigente da Unidade deverá realizar consulta a todos os candidatos sobre o interesse de participar de eventos internos na Universidade, garantindo o mesmo espaço e condições a todos os candidatos.

CAPÍTULO V

DAS CONDUTAS VEDADAS

Art. 12. A Universidade não deverá ceder ou usar, em benefício de candidatos, partido político ou coligação, bens móveis, imóveis, espaços físicos e veículos pertencentes à administração direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal, dos Territórios e dos Municípios, ressalvada a realização de convenção partidária ou demanda do Tribunal Regional Eleitoral do Estado de Mato Grosso do Sul.

Art. 13. Fazer ou permitir uso promocional em favor de candidato, partido político ou coligação, de distribuição gratuita de bens e serviços de caráter social custeados ou subvencionados pelo Poder Público.

Art. 14. É vedada a veiculação de propaganda eleitoral, inclusive pichação, inscrição a tinta e exposição de placas, cartazes, faixas, cavaletes, bonecos e assemelhados, mesmo que fora do período eleitoral, nas dependências da UFMS e nos bens patrimoniais, inclusive postes de iluminação pública, murais, placas de sinalização, passarelas e paradas de ônibus.

CAPÍTULO VI

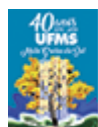
DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 15. O descumprimento das disposições contidas nesta Instrução Normativa constitui infração disciplinar nos termos da legislação vigente.

Art. 16. Os casos omissos serão resolvidos pela Agência de Comunicação Social e Científica - Agecom.

Art. 17. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.

ROSE MARA PINHEIRO



Documento assinado eletronicamente por **Rose Mara Pinheiro, Diretor(a)**, em 18/05/2022, às 15:15, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site
https://sei.ufms.br/sei/controlador_externo.php?





[acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0](#), informando o código verificador **3287615** e o código CRC **E4676C0E**.

AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL E CIENTÍFICA

Av Costa e Silva, s/nº - Cidade Universitária

Fone: (67) 3345-7988

CEP 79070-900 - Campo Grande - MS

Referência: Processo nº 23104.016180/2022-01

SEI nº 3287615

