

INSTITUTO FEDERAL

Pará

Assessoria de Comunicação Social

ORIENTAÇÕES E CONDUTAS VEDADAS AOS AGENTES PÚBLICOS FEDERAIS EM PERÍODO ELEITORAL 2026

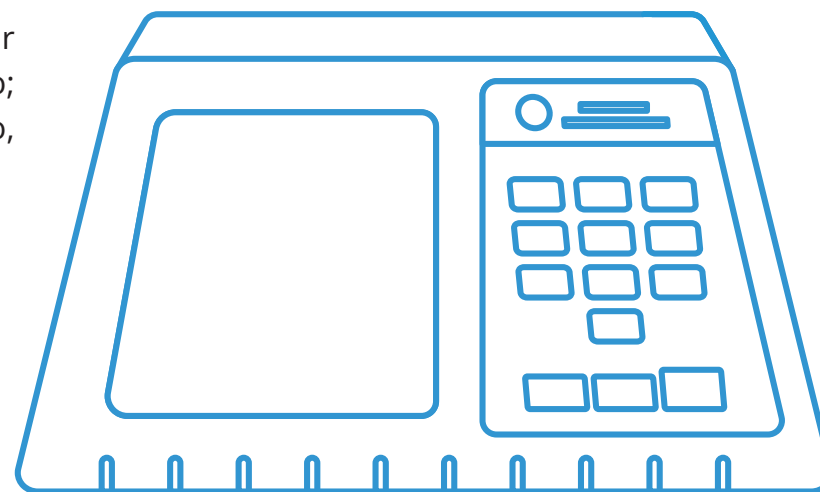


Orientações e condutas vedadas aos agentes públicos federais em período eleitoral

Durante o período eleitoral, de 4 de julho até o final das eleições (25 de outubro de 2026, se tiver segundo turno), por determinação do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), a divulgação institucional do Instituto Federal do Pará (IFPA), bem como de todos os órgãos e entidades do poder executivo federal e seus agentes públicos, deverá seguir orientações específicas da legislação eleitoral conforme orientação da Advocacia Geral da União (AGU), com orientações da Comissão de Ética Pública da Presidência da República, em acordo com as resoluções do Tribunal Superior Eleitoral, de modo a evitar práticas indevidas e a possibilidade de afetar a isonomia da disputa eleitoral.

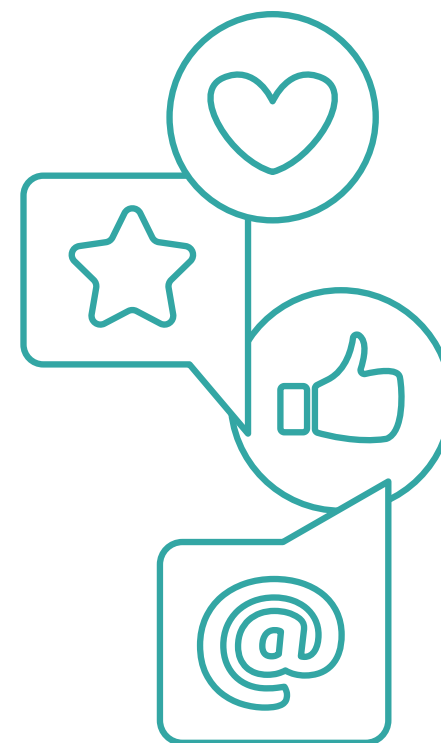
Confira o que pode e não pode na comunicação institucional no período eleitoral.

Em casos de descumprimento, qualquer agente público pode ser responsabilizado: quem autoriza, publica ou mantém conteúdo; estando sujeito a possível multa, suspensão da ação ou conteúdo, e outras sanções administrativas, civis e penais.



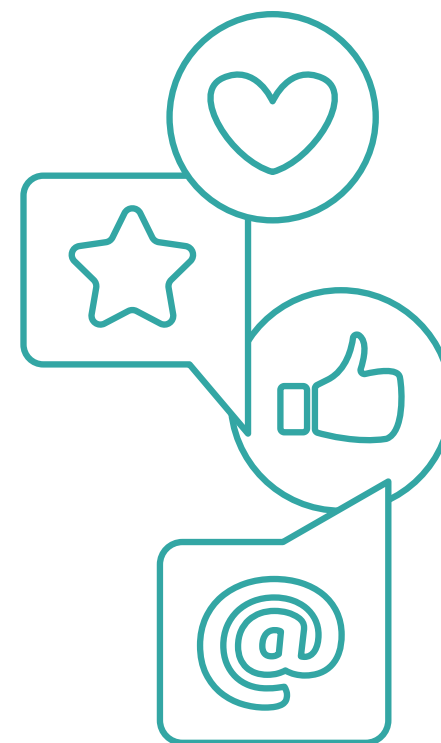
Canais institucionais de comunicação

- Restringir-se a veicular informações de prestação de serviços ao cidadão, com caráter educativo, informativo ou de orientação social.
- Moderar a área de comentários de mídias sociais, excluindo todos os comentários de cunho eleitoral, para evitar conteúdos que se configurem como propaganda e/ou apoio eleitoral e, em caso de impossibilidade de moderação, desabilitar as áreas de comentários dos perfis.
- É vedada a veiculação de publicidade institucional no período de defeso eleitoral ainda que seja de caráter informativo, salvo exceções legais reconhecidas pela Justiça Eleitoral (artigo 73, inciso VI bda Lei nº 9.504).
- Suspende e retirar dos sites e redes sociais digitais institucionais toda e qualquer publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, tais como vídeos, anúncios, painéis, banners, posts, marcas, slogans e qualquer conteúdo de natureza similar com o uso da Marca do Governo Federal atual e anterior durante o período eleitoral;
- Utilizar os e-mails oficiais apenas para fins institucionais.



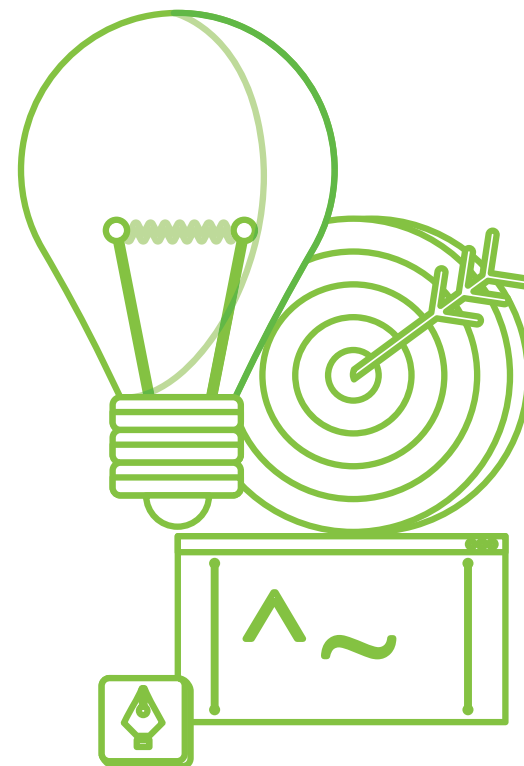
Canais institucionais de comunicação

- É vedado o impulsionamento de conteúdos institucionais com potencial de promoção de gestão ou agentes públicos no período eleitoral.
- É vedado o impulsionamento pago, parcerias ou contratação de influenciadores e o uso de perfis institucionais para engajamento político.
- As publicações nas redes sociais e sites do IFPA ficarão restritas aos Processos Seletivos e Chamadas para ingressos de estudantes (cursos livres, FIC, cursos Técnicos, Superiores e de Pós-Graduação); editais e chamadas de Assistência Estudantil; editais e chamadas de bolsas de Extensão, Pesquisa e/ou Inovação; e notícias de cunho jornalístico informativo sem juízo de valor, desde que previamente aprovadas pela Ascom Reitoria.
- Perfis institucionais não podem: seguir candidatos; curtir posts; comentar; compartilhar conteúdo; nem marcar perfis.
- É vedado o uso de números institucionais para o envio e/ou interação de mensagens e de mobilização políticas.
- É vedado o uso de grupos institucionais para fins políticos, o que inclui o WhatsApp e todos os aplicativos de troca de mensagens.



Uso de marcas

- A Marca do Governo Federal deverá ser retirada dos espaços físicos do IFPA e não deve ser utilizada nos canais de comunicação e em outros meios institucionais. A regra vale para as marcas de programas governamentais – campanhas, ações, eventos, slogans e tudo que possa ser interpretado como publicidade institucional. A marca de governo impressa em placas, outdoors ou veículos, por exemplo, deve ser ocultada.
- A única marca permitida é a logo oficial do IFPA publicada em: <https://bit.ly/LogoIFPA>, seguindo o Manual de Marca publicado em: <https://bit.ly/ManualMarcaIFPA>. Fica vedado o uso de qualquer outra marca ou identidade visual, exemplo: selos de núcleos, setores, comissões, programas, projetos etc.



Realização de eventos

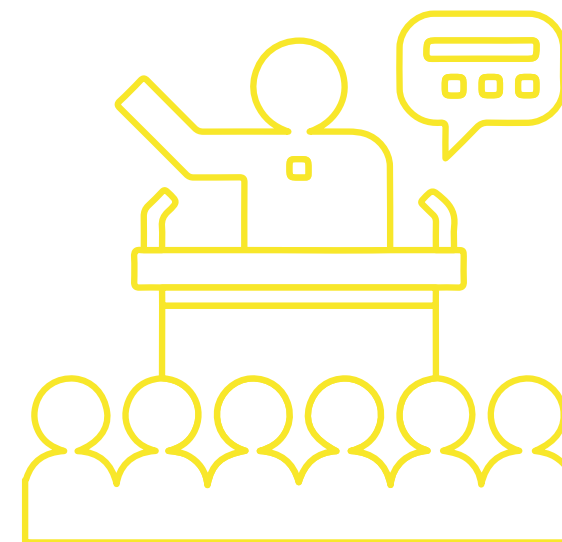
- É permitida a realização de eventos, tais quais os: a) de caráter técnico, aqueles vinculados a ações estritamente de gestão e de funcionamento da instituição; b) de caráter técnico-científico, direcionados a público determinado e com divulgação restrita, com o objetivo de discussão de tema específico de interesse da Administração; c) comemorativos de datas cívicas, históricas ou culturais, **desde que já incorporados ao calendário regular do órgão ou entidade**; d) previstos em lei para realização no período de defeso eleitoral; e) de inauguração, com observância das restrições legais.

- A divulgação do evento deve ocorrer com máxima cautela. O conteúdo do material de divulgação deve ser confeccionado com utilização de linguagem neutra, sem emissão de juízo de valor ou exaltação de atos, programas, obras, serviços, campanhas do órgão ou entidade, agente público ou qualquer forma de favorecimento pessoal, assim como a comparação entre diferentes gestões.

- Os eventos transmitidos pelos canais de mídias sociais da instituição, como YouTube, Facebook e Instagram, requerem maior cuidado; recomenda-se a suspensão das transmissões ao vivo durante o período eleitoral, devido à dificuldade em controlar manifestações de publicidade institucional e político partidárias por meio da fala, da apresentação de conteúdo visual ou escrita nos chats.

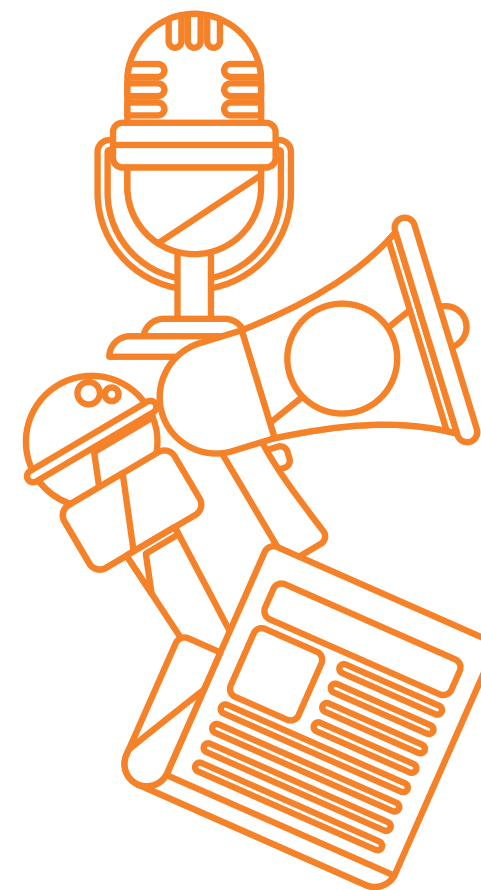
- Em eventos de inauguração e outros atos oficiais, é proibido o comparecimento de candidatos, bem como não é permitido citar nomes de candidatos na leitura do script.

- A distribuição de brindes fica proibida durante o período eleitoral.



Relacionamento com a imprensa

- A publicação de releases deverá priorizar dados técnicos e informações de interesse do cidadão, devem ser elaborados visando à prestação de serviços. As respostas às perguntas de entrevistas solicitadas pela imprensa devem se restringir a questões técnicas e não incluir publicidade institucional nem menção a circunstâncias eleitorais.
- As fontes institucionais, na interação com a imprensa, não devem fazer menções a candidatos ou emitir opinião político partidárias e informações que possam configurar publicidade institucional. Fica proibida a veiculação de conteúdos e análises que possam configurar juízo de valor referentes a ações, políticas e programas institucionais e/ou governamentais.



Proibições aos agentes públicos

- Ceder ou usar, em benefício de candidato, partido político ou coligação, bens móveis ou imóveis pertencentes à administração direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal, dos Territórios e dos Municípios.
- Usar materiais ou serviços, custeados pelos Governos ou Casas Legislativas, que excedam as prerrogativas consignadas nos regimentos e normas dos órgãos que integram.
- Ceder servidor público ou empregado da administração direta ou indireta federal, estadual ou municipal do Poder Executivo, ou usar de seus serviços, para comitês de campanha eleitoral de candidato, partido político ou coligação, durante o horário de expediente, salvo se o servidor ou empregado estiver licenciado.
- Fazer ou permitir uso promocional de bens e serviços de caráter social custeados ou subvencionados pelo Poder Público em favor de candidato, partido político ou coligação, de distribuição gratuita.



Proibições aos agentes públicos

- É vedado constranger ou induzir servidores ou estudantes a manifestar apoio político em qualquer ambiente social, institucional ou digital.
- A manifestação político-partidária é permitida na esfera privada do servidor, vedado o uso da função, cargo ou estrutura pública.
- A instituição não pode ser usada direta ou indiretamente para fins político-partidários.
- Servidores ocupantes de cargos de gestão e cargos comissionados não podem manifestar apoio político-partidário em seus perfis pessoais nas redes sociais.
- Servidores não ocupantes de cargos de gestão e cargos comissionados podem manifestar apoio político-partidário em seus perfis pessoais nas redes sociais desde que seja fora do horário de trabalho, sem usar a infraestrutura do órgão, inclusive a conexão com a internet, e sem vincular a instituição.



Informações Gerais

- Fora do horário de trabalho, a participação em campanhas eleitorais é direito dos servidores e deve-se observar os limites impostos pela legislação e os princípios éticos que regem a Administração Pública.
- Não é permitida a vinculação do IFPA, por servidores e colaboradores, em campanhas eleitorais; ou uso do nome da instituição para posicionamento político.
- Dúvidas e situações pontuais deverão ser tratadas junto a Ascom Reitoria: comunicacao@ifpa.edu.br

Fontes das orientações e regras do período eleitoral:

As orientações sobre a comunicação em período eleitoral constam na [Cartilha de Condutas Vedadas aos Agentes Públicos em Eleições 2026, da Advocacia-Geral da União – AGU](#).

Confira o [Calendário eleitoral de 2026](#).

