

Circular nº 001/2026/SECOM

Em 29 de junho de 2026.

Para: Todas as Unidades da UnB.

Assunto: Orientações sobre a comunicação institucional da Universidade no período eleitoral.

Esta circular estabelece as orientações para a comunicação institucional da Universidade de Brasília durante o defeso eleitoral, com base na legislação eleitoral vigente e nas determinações da Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom-PR), aplicáveis a todas as unidades da UnB.

O defeso eleitoral de 2026 ocorre de 04 de julho a 04 de outubro. Em caso de segundo turno, é prorrogado para 25 de outubro de 2026.

Durante esse período, instituições públicas federais e os agentes públicos devem seguir regras específicas para garantir igualdade entre candidatos, neutralidade institucional, uso correto da comunicação pública e proteção contra uso político da máquina pública.

A legislação considera agente público qualquer pessoa que exerça função vinculada à instituição pública. Na Universidade, inclui docentes, técnicos-administrativos, gestores, ocupantes de cargos comissionados, bolsistas e estagiários quando atuam em canais institucionais e coordenadores de projetos institucionais.

As restrições referentes à comunicação alcançam todos os canais institucionais mantidos pela Universidade de Brasília, independentemente da unidade responsável por sua administração.

Assim, estão abrangidos:

- a) Portal institucional da UnB;
- b) Sites de faculdades, institutos, centros e decanatos;
- c) Perfis institucionais em redes sociais;
- d) Boletins eletrônicos;
- e) Revistas institucionais;
- f) Podcasts, vídeos e demais mídias oficiais;
- g) Canais de comunicação mantidos por projetos ou programas institucionais.

Conforme já adiantado em reunião com as direções de Unidades em 22/06/2026, as orientações aplicam-se a qualquer conteúdo que esteja no ar durante esse intervalo, independentemente da data de produção ou autorização original.

Recomenda-se o arquivamento de posts e publicações anteriores a 4 de julho de 2026 que façam referência a candidatos, autoridades e conquistas de gestão.

As áreas de comentários também devem ser desabilitadas durante o período do defeso.

Os portais e sites institucionais devem veicular apenas conteúdos informativos, como e-agenda, painéis de dados, relatórios técnicos e sistemas de inscrição ou submissão de projetos.

As obrigações de transparência ativa devem ser mantidas em portais neutros, sem conteúdo de caráter eleitoral.

E para que tudo esteja de acordo com a legislação, as unidades devem revisar seus canais e conteúdos até o dia 3 de julho de 2026.

Vedações gerais

Durante o defeso, fica proibida a publicidade institucional, salvo em casos de grave e urgente necessidade pública reconhecida pela Justiça Eleitoral.

A publicidade institucional é a que tem como objetivo divulgar informações sobre atos, obras e programas dos órgãos e entidades governamentais, suas metas e resultados.

É igualmente vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral em sites oficiais das IFES, bem como em perfis oficiais das instituições nas redes sociais vinculadas direta ou indiretamente a candidatos, partidos ou governos.

Cuidados específicos

Atenção especial deve ser dada a iniciativas que normalmente utilizam identidade do Governo Federal, como projetos financiados por ministérios, programas institucionais federais, núcleos vinculados a

políticas públicas nacionais, ações financiadas com recursos federais específicos e campanhas institucionais associadas a programas governamentais.

As marcas governamentais associadas devem ser retiradas temporariamente durante o defeso eleitoral. Incluem-se nessa categoria o logotipo do governo federal, slogans governamentais, identidades visuais de campanhas oficiais governamentais e peças antigas que continuam públicas nas redes ou no portal.

Durante o defeso, utiliza-se o brasão da República como identificador oficial. Placas de obras ou de projetos com participação direta ou indireta da União devem ter a marca do Governo Federal alterada, retirada ou ocultada.

Projetos financiados com emendas parlamentares exigem atenção redobrada neste período. Devem ser evitados conteúdos que associem a ação a parlamentares específicos, destaquem nomes de deputados e senadores vinculados ao recurso, sugiram promoção política a partir do financiamento público. Ao tratar desses projetos, o foco deve estar na política pública, no benefício coletivo e na ação institucional (nunca na promoção pessoal).

Também, não devem estar publicados conteúdos institucionais com fotos de candidatos, entrevistas e vídeos com agentes em campanha, falas que possam gerar promoção eleitoral e registros de eventos com destaque a pessoas em disputa eleitoral. Inclusive conteúdos antigos precisam ser ocultados, arquivados ou excluídos.

Nas redes sociais, evitar nos perfis institucionais: *collab* com perfis de pessoas físicas; republicar conteúdo político-partidário; marcar perfis de candidatos, repostar conteúdos que possam gerar promoção eleitoral; manter comentários com propaganda eleitoral sem moderação. A orientação aqui é para que todo conteúdo institucional permaneça estritamente impessoal.

Permissões

O princípio da comunicação pública orienta informar a sociedade e nunca promover agentes públicos. Nesta perspectiva, durante o defeso, continua permitido publicar informações de utilidade pública, editais e processos seletivos, divulgação acadêmica e científica, campanhas educativas, comunicação de serviços essenciais, informações de interesse público e cobertura institucional, sem promoção pessoal.

A Lei não proíbe eventos no ano eleitoral, mas exige máxima cautela. Nessas atividades não devem ser usadas marcas, símbolos ou imagens associadas ao Governo Federal, está proibida a promoção pessoal ou favorecimento político e a distribuição de bens, valores ou benefícios por parte da instituição para favorecimento de candidaturas.

Nas publicações sobre eventos acadêmicos que contem com a presença de candidatos não será feita menção e não serão registradas entrevistas, fotos, imagens em vídeo e aspas de candidatos.

Alerta específico aos agentes públicos

Durante o defeso, é proibido publicar conteúdo de campanha durante o horário de expediente, inclusive em regime de teletrabalho.

Não podem ser usados computadores, redes, sistemas ou celulares funcionais para produzir, acessar ou distribuir material de campanha.

A responsabilidade é individual e objetiva. O agente que autorizar, publicar ou manter conteúdo irregular está sujeito a multas, suspensão da ação e demais sanções administrativas, civis e penais.

Base Legal e Referências

[Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, art. 73, inciso VI](#): proíbe a publicidade institucional nos três meses que antecedem o pleito, inclusive em meios digitais, independentemente de teor eleitoral.

[Resolução TSE nº 23.735/2024, art. 15, §§ 2º a 4º](#): determina a adequação de conteúdos pré-existent e a remoção de elementos que identifiquem autoridades ou governos.

[Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011](#) (Lei de Acesso à Informação): garante a manutenção das obrigações de transparência ativa em portais neutros.

Cartilha da Secom da Presidência da República sobre condutas no período eleitoral (2026) - documento 14431419.

Cartilha da Advocacia-Geral da União (AGU) - Condutas Vedadas aos Agentes Públicos Federais em Eleições (2026). - documento 14431404.

Parecer nº 00045/2026/ADM/PFFUB/PGF/AGU (14431593) e Despacho nº 00212/2026/GAB/PFFUB/PGF/AGU (14431606).

Orientações sobre Condutas Éticas para a Alta Administração Federal em Período Eleitoral: Guia para a Alta Administração Federal / 2026 - Comissão de Ética Pública. - documento 14431522.

Guia de Condutas vedadas aos agentes públicos federais durante o período eleitoral e Recomendação aos servidores públicos das Instituições Federais de Ensino Superior para as Eleições 2026, elaborado pelo COGECOM da ANDIFES. - documento 14431438.

Solicitamos ampla divulgação entre docentes, técnicos e estudantes vinculados à Unidade.

Atenciosamente,

João José Azevedo Curvello
Secretário de Comunicação



Documento assinado eletronicamente por **Joao Jose Azevedo Curvello, Secretária(o) de Comunicação**, em 01/07/2026, às 10:51, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento na Instrução da Reitoria 0003/2016 da Universidade de Brasília.



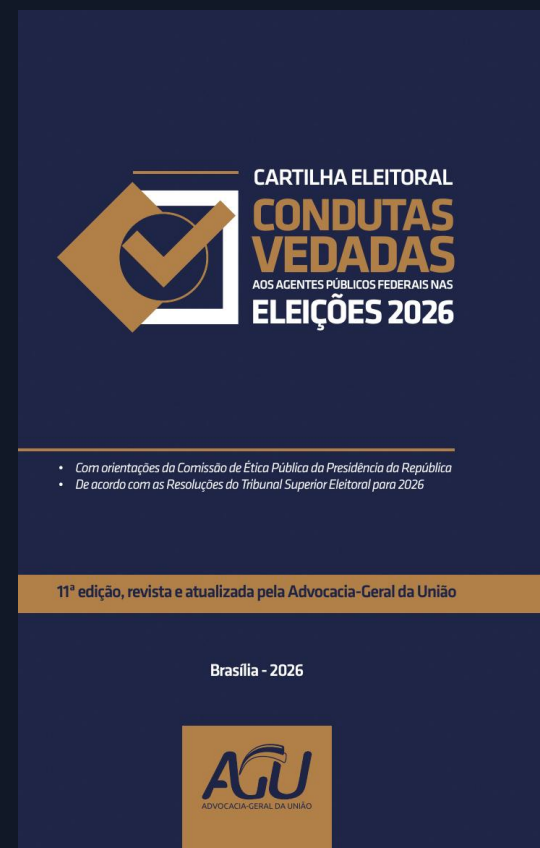
A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.unb.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **14425189** e o código CRC **E1B8F98D**.

Orientações para a comunicação institucional da UnB

Período: 4 de julho a 25 de outubro de 2026

Objetivo: prevenir o uso indevido da máquina pública e garantir comunicação de interesse público, neutra e informativa durante o período eleitoral.

Durante o defeso, a comunicação institucional deve ser de serviço, técnica, transparente e sem promoção de gestão, autoridade ou governo.



O que é o defeso eleitoral?

É o período em que a comunicação pública precisa de restrições adicionais para evitar vantagem indevida a candidaturas, partidos, autoridades ou governos.

Finalidade: resguardar o serviço público de eventual mau uso da máquina pública em benefício eleitoral.

- A vedação central recai sobre publicidade institucional.
- A regra alcança conteúdos digitais, campanhas, redes, sites e peças gráficas.
- Não é necessário haver pedido de voto para que o conteúdo seja irregular.
- A avaliação considera forma, linguagem, contexto, finalidade e permanência no ar.

01**Qual o período de Defeso Eleitoral?**

De 04 de julho a 25 de outubro 2026.

Nesse período:

- Fica proibida toda a publicidade institucional, salvo em grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral (artigo 73, inciso VI da Lei nº 9.504).
- Fica proibido o uso de nomes, slogans, símbolos, e imagens ou outros elementos que permitam identificar autoridades, governos ou autoridades que estejam no cargo.

Não importa quando o conteúdo foi produzido ou autorizado, se estiver no ar durante o defeso, está irregular.

Cartilha SECOM/PR: “se estiver no ar durante o defeso, está irregular”

Calendário de atenção máxima



Regra operacional: tudo o que estiver publicado nos canais institucionais em 4 de julho deve estar adequado às restrições do defeso.

Regra geral: publicidade institucional proibida

Durante o período de 4 de julho a 25 de outubro, fica proibida a publicidade institucional, salvo grave e urgente necessidade pública reconhecida pela Justiça Eleitoral.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

Conteúdo produzido pelo órgão para divulgar programas, ações, resultados, campanhas, obras, serviços ou realizações institucionais.

EXCEÇÃO RESTRITA

Comunicação autorizada em caso de grave e urgente necessidade pública, com reconhecimento pela Justiça Eleitoral.

RISCO DIGITAL

A proibição atinge conteúdo mantido “no ar”, independentemente da data de produção ou autorização.

Pergunta de controle: este conteúdo presta serviço ou valoriza a gestão?

Canais institucionais sujeitos ao defeso

As restrições alcançam todos os canais institucionais mantidos pela Universidade de Brasília, independentemente da unidade responsável por sua administração.

Assim, estão abrangidos:

- a) Portal institucional da UnB;
- b) Sites de faculdades, institutos, centros e decanatos;
- c) Perfis institucionais em redes sociais;
- d) Boletins eletrônicos;
- e) Revistas institucionais;
- f) Podcasts, vídeos e demais mídias oficiais;
- g) Canais de comunicação mantidos por projetos ou programas institucionais.

A legislação eleitoral não distingue entre comunicação centralizada e descentralizada. O elemento juridicamente relevante é a natureza pública do canal utilizado.

Sobre as publicações em datas anteriores

Cartilha da AGU: 5.2.2 Princípio da impessoalidade, observação 7:

Publicação em data anterior: consoante entendimento do TSE, “a configuração da conduta vedada do art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/97 - proibição de publicidade institucional nos três meses que antecedem a eleição - ante a natureza objetivada referida norma independe do momento em que autorizada a publicidade, bastando a sua manutenção no período vedado.” (RESPE nº 60414, Relatora Ministra Luciana Lóssio, julgado em 17/12/2015). No mesmo sentido: “3. (...) (ii) a permanência de publicidade institucional durante o período vedado é suficiente para que se aplique a multa prevista no art. 73, § 4º, da Lei nº 9.504/1997, sendo irrelevante que a peça publicitária tenha sido autorizada e afixada em momento anterior; (...)”. (AgR no AI nº 060316606, Relator Ministro Luís Roberto Barroso, julgado em 07/10/2021). Ainda nessa linha: “[...] 2. No período vedado, é proibida a veiculação de publicidade institucional, independentemente do conteúdo eleitoreiro ou de seu teor informativo, educativo ou de orientação social, ressalvadas as exceções previstas em lei. Precedentes. 3. A conduta vedada prevista pelo art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/1997 fica configurada não obstante o momento em que autorizada a divulgação da publicidade institucional, desde que esta tenha permanecido nos 3 meses anteriores ao pleito. Precedentes. [...]”. (RESPE nº 84195, Relator Ministro Og Fernandes, julgado em 25/06/2019).

O risco não é apenas publicar: é manter no ar

Mesmo conteúdo antigo pode gerar irregularidade se permanecer acessível durante o defeso.



A revisão deve alcançar redes sociais, portais, páginas antigas, campanhas, fotos de perfil, banners, carrosséis, vídeos e páginas especiais.

Pode publicar? A diferença está no tom

PODE

- Orientações de acesso a serviços públicos.
- Informações educacionais e acadêmicas de interesse público.
- Resultados de processos seletivos, vestibulares e chamadas.
- Conteúdo técnico, operacional, transparente e neutro.
- Avisos sobre funcionamento, prazos, inscrições e sistemas.

NÃO PODE

- Conteúdo que enalteça a gestão ou autoridades.
- Narrativa de conquista, entrega, avanço histórico ou recorde.
- Peças com slogan, marca de gestão ou identidade visual associada a governo.
- Divulgação de ações com tom celebrativo ou promocional.
- Conteúdo que induza avaliação positiva de governo ou gestor.

Exemplo seguro: “Confira o resultado do vestibular”. Exemplo de risco: “Gestão amplia acesso com resultado histórico”.

Quatro critérios para conteúdo seguro

Serviço

Informa como, quando, onde e quem pode acessar um serviço, sem atribuir mérito a gestores.

Neutralidade

Evita adjetivos, slogans, celebração, comparação e linguagem de conquista.

Obrigações públicas

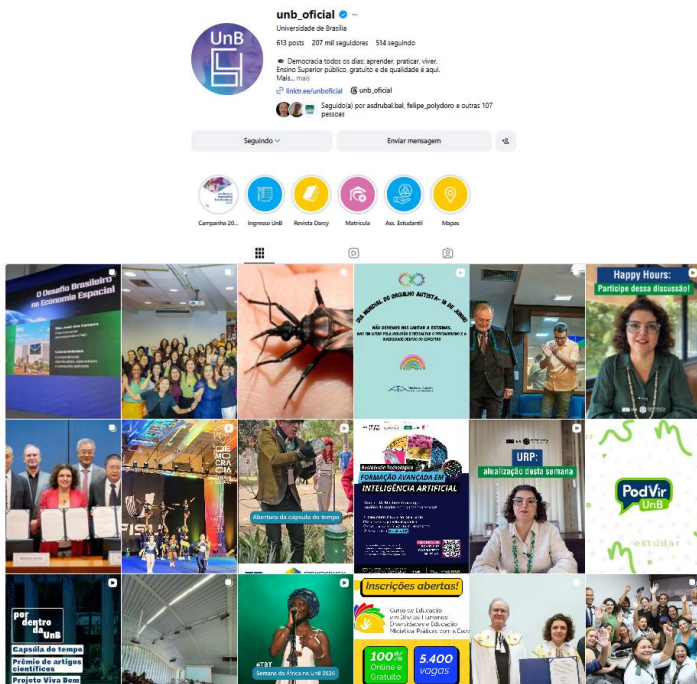
Cumprir transparência ativa, prestação de contas técnica ou divulgação obrigatória.

Contexto

Não associa a informação a autoridade, campanha, partido, governo ou disputa eleitoral.

Quando houver dúvida, a melhor decisão editorial é retirar, arquivar, reformular ou submeter à análise da área competente antes da publicação.

Redes sociais institucionais



Até 3 de julho

- Arquivar os posts anteriores ao defeso que possam estar irregulares ou suspender temporariamente o perfil.
- Revisar foto de perfil, bio, destaques, capas, links e campanhas antigas.
- Checar páginas especiais e conteúdos automáticos integrados ao portal.

Durante o defeso

- Não seguir, curtir, comentar, compartilhar ou marcar candidatos/as.
- Publicar apenas conteúdo informativo, pedagógico, operacional ou de serviço.
- Evitar qualquer associação com gestão, autoridades, governo ou campanha.

Portais, sites e páginas institucionais

- Manter páginas de serviço, sistemas, inscrições, editais, resultados e informações obrigatórias.
- Manter e-agenda, painéis de dados, relatórios técnicos e transparência ativa.
- Remover ou readequar páginas com tom promocional, “entregas”, balanços de gestão ou destaques comemorativos.
- Desativar destaques automáticos que puxem notícias antigas de caráter institucional/promocional.
- Revisar hotspots, banners, carrosséis, capas e peças com marcas ou slogans.

Transparência ativa permanece: o que muda é a forma de apresentar, sem valorização de resultados como conquista.



Identidade visual, marcas e assinaturas



Orientação prática

- Retirar slogans, símbolos e cores associadas à gestão atual.
- Não usar marca de programas ou identidade visual de governo/gestão.
- Utilizar apenas o Brasão da República em cards e peças gráficas, conforme orientação do informe.
- Evitar fotos de autoridades, nomes, expressões e elementos que identifiquem governos, gestores e quaisquer candidatos em disputa.

Teste visual: se a peça permite reconhecer gestão, autoridade, governo, candidato ou campanha, deve ser revista.

Gestores e perfis pessoais

Atenção: gestores em seus perfis pessoais também devem seguir as orientações do informe.

Cuidados esperados

- Separar claramente comunicação institucional e manifestação pessoal.
- Evitar uso de cargo, ambiente institucional ou recursos da Universidade em conteúdo político-eleitoral.
- Não associar serviços, resultados ou ações da UnB a campanha, candidatura ou autoridade.

Riscos a evitar

- Publicar campanha durante expediente, inclusive em teletrabalho.
- Usar Wi-Fi institucional, equipamentos funcionais, sistemas ou infraestrutura pública.
- Dar aparência institucional a conteúdo partidário, eleitoral ou promocional.

A responsabilidade é individual e objetiva e alcança quem autoriza, publica ou mantém conteúdo irregular

Eventos, datas comemorativas e publicações

Pode, com neutralidade

- Celebrar datas comemorativas e aniversários de órgãos com redação neutra e informativa.
- Realizar ações institucionais quando necessárias ao serviço público.
- Disponibilizar livros, cartilhas e relatórios técnicos no site para consulta.
- Usar sinalização neutra em eventos, placas e backdrops, sem promoção visual.

Não pode, durante o defeso

- Promover eventos de lançamento de livros ou relatórios com campanha de divulgação.
- Transformar divulgação técnica em celebração de entrega ou conquista.
- Usar fotos, nomes, slogans, marcas ou elementos de autoridades/governo.
- Criar materiais com impacto visual de publicidade institucional.
- Dirigentes e servidores quando em exercício de suas funções não podem participar de eventos promovidos por terceiros que tenham conotação de campanha eleitoral

A ação pública pode continuar; o problema está na forma de comunicar.

Comunicação acadêmica e educacional

A UnB deve manter a divulgação de informações essenciais ao funcionamento acadêmico e à transparência educacional.

Seguro

- Vestibular, PAS, seleções, matrículas e listas de aprovados.
- Editais, prazos, retificações, inscrições e chamadas públicas.
- Resultados de avaliações e dados acadêmicos, quando informativos.
- Sistemas de submissão de projetos, relatórios e prestação de contas técnica.

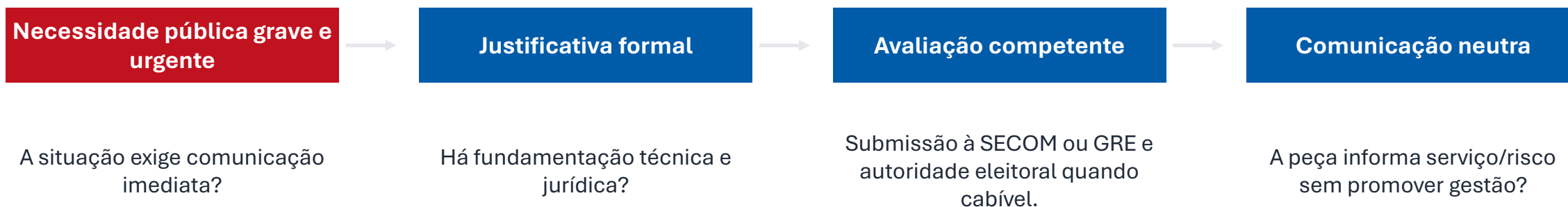
Risco

- “Resultado histórico” ou “avanço da gestão”.
- Peças que atribuam melhoria a governo, reitoria, gestor ou autoridade.
- Campanhas para dar visibilidade a materiais técnicos.
- Linguagem de mérito, conquista, recorde, entrega ou celebração institucional.

Redação recomendada: informar o fato, o serviço, o prazo e o caminho de acesso — sem adjetivar resultados.

Comunicação em emergência ou grave necessidade

A exceção existe, mas deve ser tratada como procedimento extraordinário.



Exemplos de conteúdo possível: como acessar a assistência, orientações de segurança, serviços disponíveis e canais de atendimento.

Quem deve cumprir na Universidade

As orientações se aplicam a toda a estrutura institucional da UnB e a seus canais de comunicação.

Administração central

Gabinete da Reitoria, Vice-Reitoria, decanatos, secretarias e órgãos diversos.

Unidades acadêmicas

Institutos, faculdades, departamentos, centros de pesquisa e núcleos.

Serviços e equipamentos

Hospital Universitário, hospital veterinário, BCE e Fazenda Água Limpa.

Canais e gestores

Perfis oficiais, portais, páginas institucionais e perfis pessoais de gestores.

Regra de governança: cada unidade é responsável por revisar seus próprios canais e acionar orientação quando houver dúvida.

Responsabilidade e consequências

A responsabilidade por conteúdo irregular é individual e objetiva.

Autoriza

Quem valida ou determina a divulgação deve verificar conformidade.

Publica

Quem opera o canal precisa aplicar os filtros editoriais e registrar decisões.

Mantém no ar

Quem administra página ou perfil deve retirar conteúdos incompatíveis.

Possíveis consequências

- Multas
- Suspensão da ação
- Sanções administrativas
- Responsabilização civil e penal, conforme o caso

Checklist de adequação até 3 de julho

Redes sociais

- Arquivar posts anteriores considerados irregulares
- Revisar bio, destaques, capas e fotos
- Remover interações com candidatos
- Checar links e conteúdos fixados

Sites e portais

- Revisar notícias e páginas especiais
- Remover banners promocionais
- Manter transparência técnica
- Adequar textos e destaques automáticos

Peças e identidade

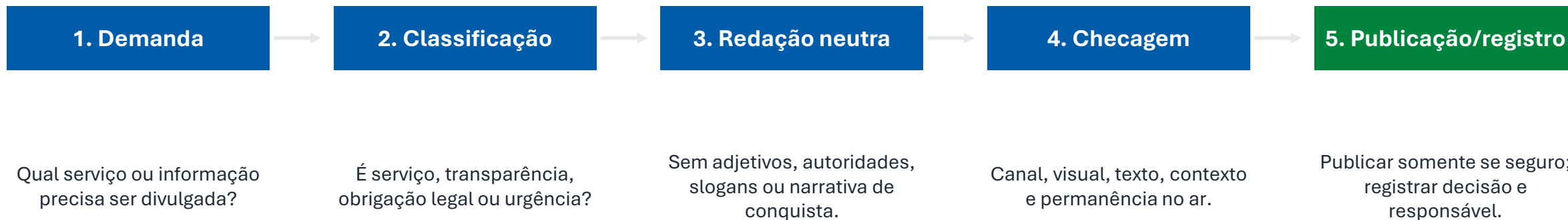
- Retirar slogans/marcas de gestão
- Usar padrão permitido
- Evitar fotos de autoridades
- Verificar cards e vídeos

Governança

- Definir responsáveis por canal
- Registrar decisões de retirada
- Criar fluxo de aprovação
- Encaminhar dúvidas antes de publicar

Meta: nenhum canal institucional deve chegar ao dia 4 de julho com conteúdo promocional, marca de gestão ou peça irregular no ar.

Fluxo recomendado para publicar durante o defeso



Se a resposta a qualquer etapa indicar promoção, identificação de gestão ou dúvida jurídica: não publique antes de readequar ou consultar.

Modelos de redação segura

Evitar

“Gestão amplia acesso e alcança resultado histórico no vestibular”

“UnB entrega nova plataforma que moderniza atendimento à comunidade”

“Ação da gestão melhora a vida acadêmica dos estudantes”

“Relatório comprova avanço institucional em 2026”

Preferir

“Resultado do vestibular disponível para consulta”

“Nova plataforma de atendimento está disponível; veja como acessar”

“Estudantes podem solicitar o serviço X até 20/08”

“Relatório técnico 2026 está disponível para consulta pública”

Técnica de revisão: substituir “quem fez” e “o quanto foi bom” por “o que é”, “para quem serve”, “quando” e “como acessar”.

Matriz rápida de decisão

PERMITIDO

- Serviço ao cidadão
- Transparência ativa
- Editais, resultados e prazos
- Dados técnicos e operacionais

VEDADO

- Promoção de gestão
- Slogans, marcas e cores de governo
- Interação com candidatos
- Campanha em expediente/recursos públicos

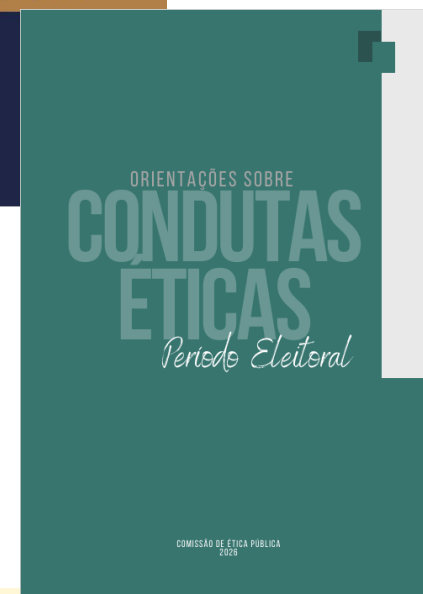
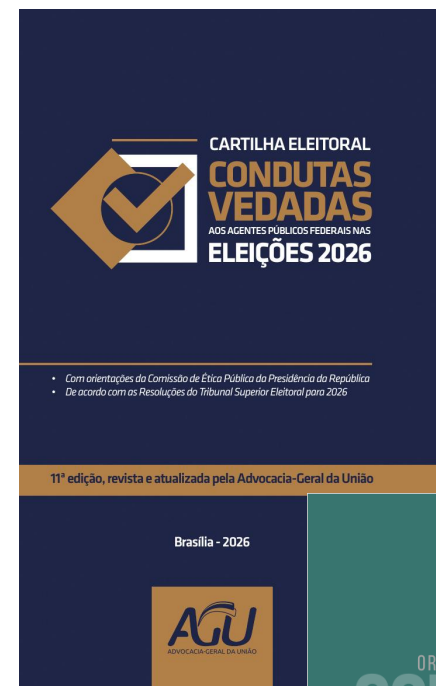
CONSULTE ANTES

- Emergência ou calamidade
- Evento com autoridade
- Conteúdo híbrido: serviço + balanço
- Material antigo de alta visibilidade

Critério final: se o conteúdo puder ser lido como benefício simbólico a autoridade, governo, gestão, partido ou candidatura, trate como risco.

Base legal e fontes de consulta

- Lei nº 9.504/1997, art. 73, VI, alínea b: vedação de publicidade institucional nos três meses que antecedem o pleito, salvo grave e urgente necessidade pública reconhecida pela Justiça Eleitoral.
- Resolução TSE nº 23.735/2024, art. 15, §§ 2º a 4º: adequação de conteúdos pré-existentes e remoção de elementos que identifiquem autoridades ou governos.
- Portaria SECOM/MCOM nº 5.973/2022: procedimentos para arquivamento de postagens e perfis temporários de prestação de serviços.
- Lei nº 12.527/2011 — Lei de Acesso à Informação: manutenção das obrigações de transparência ativa em portais neutros.
- Cartilha SECOM/PR — Defeso Eleitoral 2026; Cartilha AGU — Condutas vedadas aos agentes públicos federais nas eleições 2026.
- Parecer nº 00045/2026/ADM/PFFUB/PGF/AGU e Despacho nº 00212/2026/GAB/PFFUB/PGF/AGU.
- Orientações sobre Condutas Éticas para a Alta Administração Federal em Período Eleitoral: Guia para a Alta Administração Federal / 2026 - Comissão de Ética Pública.



Em caso de dúvida concreta, submeter para análise antes de publicar ou manter o conteúdo no ar.