

Orientações para equipes de comunicação e autoridades da Unespar

1. Por que a comunicação institucional precisa ser revista no período eleitoral?

No período eleitoral, a comunicação de órgãos e entidades públicas deve ser conduzida com cautela redobrada para impedir qualquer uso da estrutura pública em favor de candidatura, partido político ou agente público. A regra central é preservar a igualdade de oportunidades entre candidatas e candidatos e impedir o uso da máquina pública para fins eleitorais. O Manual da PGE-PR informa que as condutas vedadas têm como fundamento a Lei nº 9.504/1997, especialmente os arts. 36-B e 73 a 78, a Lei Complementar nº 64/1990 e a Lei de Responsabilidade Fiscal.

Para as equipes de comunicação:

Toda pauta, notícia, postagem, card, vídeo, cobertura fotográfica ou material institucional deve ser avaliado quanto ao risco de promoção pessoal, favorecimento eleitoral ou uso indevido dos canais oficiais.

Para autoridades da Universidade:

Reitor(a), vice-reitor(a), pró-reitores(as), diretores(as) de *campus*, chefias e demais gestores(as) devem evitar condutas, falas, imagens ou participações públicas que possam vincular realizações institucionais a promoção pessoal ou a interesses político-eleitorais.

2. Quem é considerado agente público para fins eleitorais?

O conceito de agente público é amplo. De acordo com o art. 73, § 1º, da Lei nº 9.504/1997, citado no Manual da PGE-PR, é agente público quem exerce, ainda que transitoriamente ou sem remuneração, por eleição, nomeação, designação, contratação ou qualquer outra forma de vínculo, mandato, cargo, emprego ou função em órgão ou entidade da administração pública direta, indireta ou fundacional. O Manual da PGE-PR inclui agentes políticos, servidores efetivos ou comissionados, empregados, temporários, pessoas requisitadas, estagiários, terceirizados, concessionários, permissionários e outros prestadores vinculados à função pública.

Para as equipes de comunicação:

As orientações se aplicam a todos que atuam na produção, aprovação, publicação ou compartilhamento de conteúdos institucionais, inclusive bolsistas, estagiários, terceirizados e colaboradores envolvidos nas rotinas de comunicação.

Para autoridades da Universidade:

Quem ocupa cargo de direção, chefia, pró-reitoria, coordenação ou representação institucional deve ter atenção adicional, pois sua imagem, fala ou presença em conteúdos oficiais pode ser interpretada como promoção pessoal se não houver estrita finalidade pública.

3. Qual é o princípio que deve orientar a atuação institucional no período eleitoral?**Resposta:**

O Manual da PGE afirma que o princípio norteador é o da objetividade: a infração à legislação eleitoral pode ocorrer pela simples prática de conduta tendente a afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos, sendo desnecessária, como regra, a comprovação de dolo, culpa ou potencialidade lesiva.

Para as equipes de comunicação:

A regra prática deve ser: publicar apenas conteúdos necessários, informativos, objetivos, impessoais e vinculados ao interesse público.

Para autoridades da Universidade:

Evitar manifestações institucionais que possam ser interpretadas como autopromoção, comparação de gestões, defesa de projeto político ou associação entre realizações da Universidade e mérito pessoal de gestores.

4. A Unespar pode continuar publicando notícias no site institucional?

Sim, desde que as publicações tenham caráter estritamente informativo, educativo ou de orientação social, sem promoção pessoal, slogans, enaltecimento de gestão, personalização de resultados ou associação a candidaturas. A Constituição Federal, no art. 37, § 1º, estabelece que a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, sem nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores. O Manual da PGE destaca essa vedação como aplicável independentemente de ser ano eleitoral.

Para as equipes de comunicação:

Priorizar textos objetivos, com título descritivo, sem adjetivos promocionais, sem frases de efeito e sem centralidade em autoridades.

Para autoridades da Universidade:

Evitar solicitar ou aprovar textos que destaquem realizações como conquista pessoal, marca de gestão ou demonstração de eficiência individual.

5. O que deve ser evitado nos textos jornalísticos institucionais?

Devem ser evitados conteúdos com promoção pessoal, personalização de ações públicas, slogans, símbolos, expressões, imagens ou outros elementos que permitam identificar autoridades, governos ou administrações cujos cargos estejam em disputa. A Resolução TSE nº 23.757/2026 dispõe que a publicidade institucional vedada pode ser comprovada pela indicação desses elementos e determina providências para adequação dos conteúdos em sítios, canais e meios oficiais nos três meses anteriores ao pleito.

Para as equipes de comunicação:

Evitar expressões como “grande conquista”, “gestão histórica”, “avanço sem precedentes”, “compromisso da atual gestão”, “entrega da administração” ou equivalentes.

Para autoridades da Universidade:

Evitar falas que atribuam a si ou a determinado grupo político o mérito de ações institucionais. Quando necessária, a manifestação deve ser técnica, objetiva e vinculada à finalidade pública da Universidade.

6. Podemos divulgar eventos acadêmicos, científicos, culturais e extensionistas?

Em regra, sim, desde que a divulgação seja necessária, objetiva e restrita ao caráter institucional, acadêmico, científico, cultural, extensionista ou de prestação de serviço. A vedação central recai sobre o uso promocional da comunicação pública ou da estrutura estatal em benefício eleitoral. O Manual da PGE-PR reúne orientações sobre propaganda eleitoral, publicidade institucional, uso de bens e serviços públicos e utilização da estrutura administrativa.

Para as equipes de comunicação:

Divulgar informações essenciais: nome do evento, data, horário, local, programação, público-alvo e forma de participação. Evitar destaque excessivo a autoridades convidadas.

Para autoridades da Universidade:

Participações em eventos devem manter tom institucional, sem pedido de voto, menção a candidatura, crítica ou apoio político-partidário, comparação de governos ou autopromoção.

7. Podemos postar fotos de autoridades em atividades institucionais?

É necessário cuidado. A Constituição Federal veda publicidade com nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores. O Manual da PGE-PR reforça que a publicidade institucional deve respeitar a impessoalidade e que a promoção pessoal pode configurar abuso de poder de autoridade.

Para as equipes de comunicação:

Preferir fotos amplas, registros da atividade, participantes, público, estudantes, servidores e aspectos do evento. Evitar fotos posadas, centralizadas em autoridades ou com estética de campanha.

Para autoridades da Universidade:

Evitar solicitar registros fotográficos que tenham como foco a própria imagem ou que possam ser utilizados como demonstração de prestígio, entrega, conquista ou liderança pessoal.

8. Podemos citar nomes de autoridades da Universidade nas notícias?

A citação nominal deve ocorrer apenas quando necessária à compreensão da informação e sem tom promocional. A publicidade institucional não pode conter nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores, conforme art. 37, § 1º, da Constituição Federal, mencionado no Manual da PGE.

Para as equipes de comunicação:

Quando possível, priorizar a instituição ou a unidade responsável, e não a pessoa. Exemplo: “A Unespar realiza...” em vez de “A gestão realiza...”.

Para autoridades da Universidade:

Evitar que falas pessoais sejam usadas como eixo principal da notícia. Quando houver declaração, deve ser breve, técnica e impessoal.

9. Podemos publicar discursos, mensagens ou notas assinadas por autoridades?

Depende do conteúdo e da finalidade. Mensagens institucionais podem ser admitidas quando estritamente necessárias, informativas e sem promoção pessoal. A AGU alerta que o uso da visibilidade, do prestígio institucional ou das prerrogativas de cargo público para autopromoção com finalidade político-eleitoral pode configurar infração ética ou eleitoral.

Para as equipes de comunicação:

Evitar publicar mensagens laudatórias, comemorativas ou personalizadas que destaquem a figura da autoridade. Preferir comunicados institucionais sem assinatura pessoal, quando adequado.

Para autoridades da Universidade:

Evitar pronunciamentos com tom de balanço de gestão, exaltação de feitos, promessa de continuidade, comparação política ou qualquer expressão que possa ser entendida como vantagem eleitoral.

10. Podemos divulgar obras, reformas, inaugurações ou entregas?

Esse é um dos pontos mais sensíveis. O Manual da PGE-PR trata expressamente de publicidade institucional, participação de candidatos em inaugurações de obras públicas, uso de bens públicos e utilização de materiais ou serviços custeados com recursos públicos. A legislação eleitoral veda condutas que possam afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos e o uso promocional da estrutura pública.

Para as equipes de comunicação:

Evitar tom celebrativo, imagens de autoridades em destaque, chamadas com “entrega”, “conquista” ou “realização da gestão”. Se a divulgação for indispensável, deve ser estritamente informativa.

Para autoridades da Universidade:

Evitar transformar inaugurações, visitas técnicas, entregas de obras ou anúncios

administrativos em atos de visibilidade pessoal. Também é recomendável cautela na participação de pessoas candidatas em eventos desse tipo.

11. Podemos repostar conteúdos de autoridades, parlamentares, partidos ou candidatos?

Não é recomendável nos canais oficiais. A legislação e as orientações oficiais vedam o uso da estrutura pública em benefício de candidatura, partido político ou coligação. O Manual da PGE inclui entre os temas sensíveis a propaganda eleitoral em sítios oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta.

Para as equipes de comunicação:

Não curtir, comentar, repostar ou compartilhar conteúdos político-partidários a partir de perfis institucionais.

Para autoridades da Universidade:

Evitar solicitar que canais oficiais repercutam publicações pessoais, parlamentares ou de autoridades externas quando houver conteúdo político, eleitoral ou promocional.

12. Servidores e autoridades podem manifestar opinião política em perfis pessoais?

A manifestação pessoal não se confunde com a comunicação institucional, mas não pode utilizar bens, serviços, canais oficiais, identidade visual, horário de expediente ou a condição funcional para favorecer candidaturas. A AGU alerta para o uso indevido das redes sociais, a disseminação de desinformação e a utilização do prestígio institucional ou prerrogativas do cargo para autopromoção político-eleitoral.

Para as equipes de comunicação:

Não produzir, editar, gravar, fotografar ou divulgar conteúdos eleitorais em benefício de agentes públicos, candidaturas ou partidos, especialmente durante o expediente ou com recursos institucionais.

Para autoridades da Universidade:

Em perfis pessoais, evitar confusão entre manifestação individual e manifestação

institucional. Não utilizar logomarca da Universidade, espaços oficiais, equipamentos públicos ou equipe institucional para conteúdo político-eleitoral.

13. O e-mail institucional pode ser usado para divulgação político-eleitoral?

Não. O Manual da PGE informa que é vedada a cessão ou utilização de bens públicos, materiais ou serviços custeados com recursos públicos em benefício de candidato, partido ou coligação. A notícia da PGE sobre o manual também menciona que as perguntas e respostas tratam de dúvidas do cotidiano da Administração Pública Estadual, incluindo uso de e-mails oficiais.

Para as equipes de comunicação:

Não encaminhar, produzir ou distribuir material político-eleitoral por listas institucionais, e-mails oficiais, grupos administrativos ou canais da Universidade.

Para autoridades da Universidade:

Não solicitar que servidores enviem, encaminhem ou organizem mensagens de campanha por meios institucionais.

14. Podemos usar a marca da Unespar em materiais de eventos com participação de agentes políticos?

A marca institucional não deve ser associada a conteúdo político-partidário, campanha eleitoral, promoção pessoal ou evento que beneficie candidatura. O Manual da PGE trata da vedação ao uso de bens, materiais e serviços públicos em benefício eleitoral e também da propaganda eleitoral em sítios oficiais ou hospedados por órgãos públicos.

Para as equipes de comunicação:

Avaliar previamente peças com logomarca, apoio institucional, identidade visual, banners, folders e materiais compartilhados com terceiros.

Para autoridades da Universidade:

Não autorizar uso da marca institucional em atividade que possa ser confundida com campanha, apoio político ou promoção de candidatura.

15. Como proceder com pedidos de divulgação feitos por docentes, estudantes, projetos ou setores?

Os pedidos devem ser analisados quanto à finalidade pública, ao conteúdo e ao risco eleitoral. A vedação legal recai sobre condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos e sobre o uso da estrutura administrativa em benefício político-eleitoral.

Para as equipes de comunicação:

Antes de publicar, verificar se há: pedido de voto, número, partido, slogan, imagem de campanha, menção a candidatura, promoção pessoal, ataque político ou associação indevida com autoridade.

Para autoridades da Universidade:

Orientar setores sob sua responsabilidade a encaminharem pedidos de divulgação com antecedência e com informações objetivas, evitando conteúdos opinativos ou personalistas.

16. Podemos divulgar campanhas de utilidade pública?

Sim, mas com cautela. Durante o período eleitoral, a divulgação de campanhas de utilidade pública somente deve ocorrer quando houver interesse público claro, finalidade educativa, informativa ou de orientação social e ausência de qualquer elemento de promoção pessoal, eleitoral ou de gestão. A legislação eleitoral restringe a publicidade institucional nos três meses que antecedem o pleito, especialmente para evitar o uso da comunicação pública em benefício de candidaturas ou agentes políticos. O TSE registra que, em período vedado, a publicidade institucional, quando admitida, deve manter caráter exclusivamente informativo, educativo ou de orientação social, sem elementos de promoção pessoal.

No caso de campanhas como saúde pública, segurança, prevenção, direitos humanos, enfrentamento à violência, combate à discriminação, inclusão, acessibilidade ou permanência estudantil, a divulgação pode ser considerada possível, pois está vinculada à missão pública da Universidade, porém deve ser apresentada de forma necessária, objetiva, impessoal e sem tom promocional. O Manual de Condutas Vedadas aos Agentes Públicos em Ano Eleitoral — Eleições 2026, da PGE, orienta que a atuação dos agentes públicos deve prevenir o uso da máquina administrativa em favor de candidaturas, preservando a lisura, a isonomia e o equilíbrio do pleito.

Para as equipes de comunicação:

Antes de publicar, avaliar se a campanha é realmente necessária e se possui finalidade pública clara. A peça deve evitar linguagem comemorativa excessiva, frases de efeito, autopromoção institucional, *slogans* de gestão, imagens de autoridades, assinatura pessoal, menção a candidatura, partido ou agente político. Em caso de dúvida sobre a urgência, o conteúdo ou o formato, recomenda-se submeter o material à análise jurídica ou à instância responsável pelas orientações eleitorais.

Para autoridades da Universidade:

Evitar vincular a campanha à imagem pessoal da autoridade ou da gestão. Não utilizar fala, foto, vídeo, assinatura, chamada nominal ou mensagem personalizada de reitor(a), vice-reitor(a), pró-reitores(as), diretores(as) de *campus*, chefias e demais gestores(as). A AGU alerta que agentes públicos devem evitar o uso da visibilidade, do prestígio institucional ou das prerrogativas do cargo para autopromoção ou finalidade político-eleitoral, especialmente em manifestações públicas e redes sociais no período eleitoral.

17. Podemos publicar balanços, resultados, retrospectivas ou “conquistas” da Universidade?

Recomenda-se evitar esse tipo de publicação durante o período eleitoral, especialmente quando o conteúdo tiver tom de balanço de gestão, prestação de contas, lista de entregas, comparação com períodos anteriores ou destaque para “conquistas” da administração. Esse cuidado é necessário porque a legislação eleitoral busca impedir que a publicidade institucional seja usada, direta ou indiretamente, para promover autoridades, gestões ou grupos políticos.

A Resolução TSE nº 23.757/2026 reforça que, nos três meses anteriores ao pleito, os agentes públicos devem adequar os conteúdos de sites, canais e meios oficiais. A norma também indica que a publicidade institucional vedada pode ser caracterizada quando houver nomes, *slogans*, símbolos, expressões, imagens ou outros elementos que permitam identificar autoridades, governos ou administrações cujos cargos estejam em disputa na campanha eleitoral.

Para as equipes de comunicação:

Evitar retrospectivas, balanços de gestão, listas de entregas, comparações com anos anteriores e conteúdos com linguagem celebrativa. Caso seja indispensável divulgar alguma informação, o texto deve ser técnico, objetivo, necessário e impessoal, sem adjetivos promocionais, sem imagem de autoridades e sem associação com gestão ou administração.

Publicações com títulos ou abordagens como “conquistas da gestão”, “avanços históricos”, “entregas realizadas”, “balanço de resultados” ou “retrospectiva de ações” podem ser interpretadas como promoção institucional ou pessoal, ainda que não mencionem diretamente candidatura ou partido.

Para autoridades da Universidade:

Evitar solicitar materiais que apresentem resultados institucionais como mérito pessoal, marca de gestão ou demonstração de capacidade administrativa. Também se recomenda não utilizar falas, fotos, vídeos ou mensagens assinadas para divulgar resultados, obras, programas, projetos ou ações institucionais durante o período eleitoral.

18. O que fazer com conteúdos antigos já publicados?

Conteúdos antigos publicados em sites, redes sociais e demais canais oficiais devem ser revisados antes do período eleitoral. A Resolução TSE nº 23.757/2026 orienta que, nos três meses anteriores ao pleito, agentes públicos adotem providências para adequar os conteúdos de canais oficiais, inclusive quando a divulgação tiver sido autorizada antes desse período. A norma aponta como pontos de atenção nomes, *slogans*, símbolos, expressões, imagens ou outros elementos que permitam identificar autoridades, governos ou administrações cujos cargos estejam em disputa.

Para as equipes de comunicação:

Realizar o chamado “**apagão institucional**”, com a revisão de páginas fixas, *banners*, notícias em destaque, vídeos, campanhas antigas, cards fixados, capas e fotos de perfil. Conteúdos com tom promocional, balanços de gestão, exaltação de resultados, imagens de autoridades, *slogans* ou marcas de gestão devem ser adequados ou retirados temporariamente do ar durante o período eleitoral. A Cartilha Defeso Eleitoral 2026 da Secom orienta a revisão de sites, redes sociais, campanhas antigas, páginas especiais e fotos de perfil, além de registrar que não importa quando o conteúdo foi produzido ou autorizado: se estiver no ar durante o defeso e estiver irregular, poderá gerar problema.

Para autoridades da Universidade:

Autorizar e apoiar o “**apagão institucional**” nos canais vinculados à sua unidade, quando necessário. A medida não significa apagar todo o histórico da Universidade, mas retirar ou adequar temporariamente conteúdos que possam ser interpretados como publicidade institucional vedada, promoção de gestão ou promoção pessoal durante o período eleitoral.

19. Podemos produzir vídeos institucionais?

Sim, desde que tenham finalidade pública, linguagem informativa e caráter impessoal. Devem ser evitados conteúdos com autoridades em destaque, tom emocional, trilha de campanha, retrospectiva de gestão, exaltação de obras ou depoimentos elogiosos que configurem promoção pessoal ou institucional. Essa orientação decorre da regra constitucional de impessoalidade na publicidade pública e das vedações eleitorais sobre propaganda institucional.

Para as equipes de comunicação:

Evitar produzir esses conteúdos.

Para autoridades da Universidade:

Evitar gravar vídeos institucionais centrados em fala pessoal, especialmente com tom de prestação de contas, agradecimento político ou anúncio de realizações.

20. Podemos cobrir solenidades, formaturas e cerimônias oficiais?

Sim, desde que a cobertura seja institucional, objetiva e sem promoção pessoal. A cautela decorre das vedações à publicidade institucional promocional, ao uso de bens e serviços públicos em benefício político e à personalização de atos públicos.

Para as equipes de comunicação:

Priorizar o fato institucional, os estudantes, a comunidade acadêmica e o serviço prestado. Evitar títulos e legendas que destaquem autoridades de forma promocional.

Para autoridades da Universidade:

Discursos devem ser institucionais e não podem conter pedido de voto, referência a candidaturas, comparação política ou autopromoção.

21. Como realizar cerimoniais de eventos durante o período eleitoral? O que pode e o que não pode?

Durante o período eleitoral, os cerimoniais de eventos institucionais devem ser conduzidos com **neutralidade, impessoalidade e finalidade pública**, evitando qualquer situação que transforme a atividade em espaço de promoção pessoal,

eleitoral ou político-partidária. O Manual de Condutas Vedadas aos Agentes Públicos em Ano Eleitoral — Eleições 2026, da PGE-PR, trata como temas sensíveis a promoção pessoal, propaganda eleitoral, participação de candidatos em inaugurações, contratação de shows, uso de bens públicos e utilização de materiais ou serviços custeados com recursos públicos.

A AGU também orienta que agentes públicos não devem usar bens ou serviços públicos para favorecer candidaturas e alerta que eventos oficiais não podem ser transformados em atos de campanha.

O que pode	O que não pode
Realizar eventos institucionais vinculados às atividades acadêmicas, científicas, culturais, administrativas ou extensionistas da Universidade;	Usar o evento para promover autoridade, gestão, candidatura, partido ou grupo político;
Elaborar roteiros objetivos, com foco na finalidade do evento;	Fazer pedido de voto, menção a número, slogan, partido, candidatura ou campanha;
Compor mesa de autoridades apenas quando houver pertinência institucional;	Transformar discursos em balanço de gestão, prestação de contas ou exaltação de conquistas;
Fazer agradecimentos protocolares, sem elogios pessoais ou políticos;	Dar tratamento privilegiado a autoridades que sejam candidatas ou pré-candidatas;
Permitir falas institucionais breves, técnicas e relacionadas ao tema do evento;	Utilizar estrutura, equipe, equipamentos, cerimonial, som, fotografia, transmissão ou canais oficiais para beneficiar candidatura;
Registrar o evento com foco na atividade, no público, na comunidade acadêmica e na finalidade pública.	Realizar falas, homenagens, chamadas nominais ou registros que possam caracterizar promoção pessoal.

Para as equipes de comunicação e cerimonial:

O roteiro deve ser previamente revisado, com atenção à composição da mesa, ordem das falas, formas de tratamento, registros fotográficos, transmissão, convites e materiais de divulgação. Em caso de presença de autoridades externas, parlamentares, pré-candidatos ou candidatos, o cerimonial deve reforçar o caráter institucional da atividade e evitar discursos ou manifestações de conteúdo eleitoral.

Para autoridades da Universidade:

Reitora, vice-reitoria, pró-reitorias, direções de *campus*, chefias e demais representantes institucionais devem manter pronunciamentos objetivos, impessoais e vinculados ao tema do evento. Devem ser evitadas falas com tom de campanha, comparação de gestões, autopromoção, agradecimentos políticos ou associação de ações da Universidade a mérito individual.

22. Como devem ser os títulos e legendas no período eleitoral?

Devem ser objetivos, descritivos e impessoais. A publicidade pública deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, sem nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal.

Para as equipes de comunicação:

Preferir: “*Campus* realiza seminário sobre permanência estudantil” em vez de “Gestão promove grande avanço na permanência estudantil”.

Para autoridades da Universidade:

Evitar sugerir títulos ou chamadas com valorização da própria gestão, de grupos específicos ou de realizações pessoais.

23. O que fazer se uma pauta ou evento envolver parlamentar, candidato ou pré-candidato?

Durante o período eleitoral, pautas e eventos que envolvam parlamentares, candidatos ou pré-candidatos devem ser tratados com cautela redobrada. A orientação é evitar a participação dessas pessoas em eventos institucionais quando a presença puder gerar visibilidade, promoção pessoal, registro de imagem, discurso público ou associação política à Universidade.

Ainda que algumas pessoas candidatas possam permanecer em seus cargos, conforme as regras de desincompatibilização, isso não autoriza o uso de eventos, espaços, equipes, canais oficiais ou estrutura institucional da Universidade para favorecer imagem pessoal, candidatura, partido ou grupo político. O TSE informa

que os prazos de desincompatibilização variam conforme o cargo ocupado e o cargo pretendido, e o MPF esclarece que há casos, como o de parlamentares, em que a regra de afastamento não se aplica da mesma forma.

Para as equipes de comunicação e cerimonial:

Se uma pauta ou evento envolver parlamentar, candidato ou pré-candidato, a primeira providência é avaliar se a presença da pessoa pode ser interpretada como oportunidade de promoção pessoal ou política. Em caso de risco, a orientação é não incluir a pessoa na programação oficial, na mesa de autoridades, nas falas, nas homenagens, nos registros fotográficos, nas transmissões ou na divulgação institucional.

Também devem ser evitados convites ou registros em atividades que possam associar a imagem da pessoa a ações da Universidade.

Caso a pessoa compareça espontaneamente, a condução deve ser discreta: sem fala, sem composição de mesa, sem homenagem, sem foto posada, sem vídeo, sem card, sem legenda elogiosa e sem reprodução de discurso nos canais oficiais.

Para autoridades da Universidade:

Reitoria, pró-reitorias, direções de *campus*, coordenações e chefias devem evitar convites, agendas, registros ou manifestações que possam transformar uma atividade institucional em espaço de visibilidade política. Também devem evitar agradecer publicamente, homenagear ou associar parlamentares, candidatos ou pré-candidatos a ações, programas, obras, resultados ou conquistas institucionais.

24. A equipe de comunicação pode produzir material para autoridade que seja candidata?

Não. A Lei nº 9.504/1997 veda o uso de bens, materiais, serviços e servidores públicos em benefício de candidato, partido ou coligação, e o Manual da PGE aborda expressamente a cessão de agentes públicos ou uso de seus serviços.

Para as equipes de comunicação:

Não produzir release, foto, vídeo, arte, texto, legenda, card ou estratégia para campanha eleitoral, ainda que a pessoa também ocupe função pública.

Para autoridades da Universidade:

Não solicitar apoio técnico, criativo, administrativo ou operacional de servidores da Universidade para fins eleitorais.

25. Como agir diante de manifestação política espontânea em evento institucional?

A orientação é interromper a associação da manifestação ao evento da Universidade, preservar a finalidade acadêmica/institucional da atividade e impedir que a estrutura pública seja usada para promoção político-eleitoral.

Portanto a orientação é não amplificar, não registrar, não divulgar e não permitir o uso da estrutura institucional para a manifestação. O evento deve ser reconduzido ao seu objetivo público e acadêmico, com postura neutra, impessoal e sem repercussão nos canais oficiais da Universidade.

Para as equipes de comunicação e cerimonial:

Caso haja manifestação política no evento, a equipe deve agir de forma discreta e preventiva:

- não incentivar, comentar, aplaudir, registrar ou repercutir a manifestação;
- não fotografar, filmar ou publicar falas, faixas, adesivos, gestos, gritos, materiais de campanha ou qualquer manifestação eleitoral;
- se a manifestação ocorrer durante fala pública, o cerimonial deve retomar a condução institucional do evento, reforçando que a atividade tem finalidade acadêmica, cultural, científica, extensionista ou administrativa;

Sugestão de fala para o cerimonial, se for necessário intervir:

“Solicitamos que este evento seja mantido dentro de sua finalidade institucional e acadêmica. Manifestações de caráter político-eleitoral não integram a programação oficial da atividade.”

- se houver uso de microfone, palco, telão, transmissão ou outro recurso institucional para manifestação eleitoral, a equipe deve interromper o uso do recurso para essa finalidade;
- se a manifestação comprometer o andamento do evento, acionar a organização responsável para orientar a pessoa ou grupo a cessar a manifestação político-eleitoral naquele espaço institucional;
- na cobertura jornalística, manter o foco no objetivo do evento e não mencionar nem reproduzir a manifestação política nos canais oficiais.

Para autoridades da Universidade:

Autoridades presentes devem manter postura neutra e institucional. Não devem aderir, responder, incentivar, comentar, agradecer, criticar ou repercutir a

manifestação. Se necessário, a autoridade ou responsável pelo evento pode fazer uma fala breve para reconduzir a atividade ao seu objetivo institucional, sem entrar no conteúdo político manifestado.

26. Podemos impulsionar publicações ou fazer campanhas pagas?

Durante o período eleitoral, a orientação é não impulsionar publicações nem realizar campanhas pagas de publicidade institucional, especialmente quando o conteúdo divulgar ações, programas, resultados, eventos, serviços, obras, campanhas ou qualquer iniciativa que possa gerar visibilidade positiva para a instituição, para autoridades ou para a gestão.

A restrição existe porque a publicidade institucional é um dos pontos sensíveis da legislação eleitoral. O Manual de Condutas Vedadas aos Agentes Públicos em Ano Eleitoral — Eleições 2026, da PGE, trata expressamente dos gastos com publicidade de órgãos ou entidades públicas, da publicidade institucional, da propaganda eleitoral em sítios oficiais e do uso de bens, materiais e serviços públicos. A Secom também orienta que o período de defeso eleitoral impacta diretamente as ações de comunicação pública, incluindo redes sociais e sites institucionais.

Para as equipes de comunicação:

Não impulsionar posts, cards, vídeos, reels, campanhas, eventos, ações, programas, resultados, serviços, obras ou conteúdos institucionais durante o período eleitoral. Caso exista situação excepcional de utilidade pública, grave e urgente, a divulgação paga somente deve ser considerada após análise jurídica formal e autorização da instância superior responsável pela comunicação institucional da Universidade, conforme fluxo definido internamente.

Para autoridades da Universidade:

Reitoria, pró-reitorias, direções de *campus*, coordenações e chefias não devem solicitar ou autorizar impulsionamentos, anúncios pagos ou campanhas de visibilidade institucional durante o período eleitoral sem análise jurídica prévia. Também devem evitar qualquer ação paga que possa promover a imagem da Universidade, da gestão, de autoridades, programas ou realizações institucionais.

27. O que muda quanto ao uso de Inteligência Artificial (IA)?

O uso de Inteligência Artificial (IA) deve ser feito com cautela. A IA não deve ser utilizada para produzir, alterar ou manipular conteúdos que possam gerar desinformação, simular falas, imagens ou posicionamentos de pessoas, favorecer ou

prejudicar candidaturas, partidos ou agentes políticos. A AGU informa que a Cartilha Eleitoral de 2026 inclui atualizações sobre propaganda eleitoral na internet e uso de IA, com referência às regras do TSE sobre transparência em conteúdos alterados ou manipulados por IA.

Para as equipes de comunicação:

Não utilizar IA para criar imagens, vídeos, áudios, falas, montagens ou textos que possam ser interpretados como conteúdo político-eleitoral, promoção pessoal, ataque, apoio, simulação de declaração ou manipulação de imagem institucional. O uso deve se limitar a finalidades técnicas, como apoio à revisão textual, melhoria de qualidade de imagem ou produção de materiais informativos, desde que o conteúdo final seja impessoal, verdadeiro, verificável e sem conotação eleitoral.

Para autoridades da Universidade:

Não solicitar peças, vídeos, imagens, falas ou conteúdos gerados por IA que possam ser associados à promoção pessoal, campanha, manifestação político-eleitoral ou manipulação da imagem institucional. Também não se deve utilizar IA para simular declarações, criar materiais de autopromoção ou reforçar mensagens que possam beneficiar ou prejudicar candidaturas.

28. Como as autoridades devem se comportar em entrevistas, lives e eventos transmitidos?

As autoridades da Universidade devem evitar entrevistas, lives ou transmissões que possam gerar promoção pessoal, divulgação de gestão, defesa de candidatura, manifestação político-partidária ou associação de ações institucionais a pessoas específicas. Quando a participação for necessária, a fala deve ser técnica, objetiva, impessoal e restrita ao tema institucional.

O Manual da PGE registra o entendimento do TSE de que entrevista jornalística não configura irregularidade quando se mantém nos limites da informação, sem promoção pessoal e sem menção eleitoral. A AGU também orienta que agentes públicos não utilizem a visibilidade, o prestígio institucional ou a estrutura pública para autopromoção ou favorecimento político-eleitoral.

Para as equipes de comunicação:

Antes de organizar ou divulgar entrevista, live ou transmissão, avaliar se o conteúdo é necessário e se mantém finalidade pública. Devem ser evitados roteiros, títulos, cards, chamadas, cortes de vídeo ou legendas que destaquem a

autoridade, valorizem a gestão, apresentem balanços, conquistas, entregas, resultados ou falas com possível interpretação eleitoral.

Para autoridades da Universidade:

Participar apenas quando houver necessidade institucional clara e manter a fala no tema da atividade. Não mencionar candidatura, partido, campanha, adversários, eleições, apoios políticos, realizações de gestão, promessas, balanços ou comparações. Também não utilizar a transmissão para agradecimentos políticos, autopromoção ou defesa de ações como mérito pessoal.

29. Como proceder com convites a autoridades externas?

A participação de autoridades externas deve ser analisada com cautela, especialmente se forem candidatas, pré-candidatas ou agentes políticos com visibilidade eleitoral. O Manual da PGE-PR inclui entre os temas sensíveis a participação de candidatos em inaugurações de obras públicas, propaganda eleitoral e uso de bens públicos.

Para as equipes de comunicação:

A divulgação deve se limitar ao conteúdo institucional do evento, sem destaque político, sem fala de campanha e sem uso de imagem em tom promocional.

Para autoridades da Universidade:

Ao convidar ou receber autoridades externas, assegurar neutralidade, finalidade pública, ausência de conotação eleitoral e tratamento isonômico quando aplicável.

30. Qual deve ser o procedimento em caso de dúvida?

A orientação é evitar convites a autoridades externas que sejam parlamentares, candidatas, pré-candidatas ou agentes políticos com possível interesse eleitoral, especialmente para eventos com visibilidade pública. A Universidade não deve criar situações que possam ser interpretadas como promoção pessoal, apoio político, favorecimento eleitoral ou uso da estrutura institucional para dar visibilidade a agentes políticos.

Para as equipes de comunicação e cerimoniais:

Antes de convidar autoridade externa, avaliar se a presença é realmente necessária para a finalidade institucional do evento. No período eleitoral, devem ser

evitados convites para compor mesa, discursar, receber homenagem, participar de inauguração, entrega, lançamento, assinatura pública, anúncio ou qualquer ato que possa gerar imagem pública favorável à pessoa convidada.

Se a autoridade externa comparecer, a condução deve ser discreta: sem destaque na mesa, sem fala política, sem homenagem, sem foto posada, sem vídeo, sem card e sem publicação que valorize sua presença nos canais oficiais.

Para autoridades da Universidade:

Reitoria, pró-reitorias, direções de *campus*, coordenações e chefias devem evitar convites que possam associar agentes políticos a ações, obras, projetos, programas, resultados ou conquistas da Universidade. Quando houver dúvida, a orientação preventiva é não convidar e submeter o caso à análise jurídica ou à instância institucional responsável.

Síntese orientativa para fechamento do documento

Durante o período eleitoral, a comunicação institucional da Unespar deve observar os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, com atenção especial à vedação de promoção pessoal e ao uso da estrutura pública em benefício de candidaturas, partidos ou agentes políticos. A diretriz prática para equipes de comunicação e autoridades é: publicar apenas o necessário, com finalidade pública clara, linguagem objetiva, caráter informativo e absoluta impessoalidade. A AGU ressalta que, no período eleitoral, a observância desses deveres deve ser redobrada em razão do impacto das manifestações públicas de autoridades sobre o debate democrático e a confiança nas instituições.

Embora a Unespar seja uma autarquia estadual e possua autonomia administrativa, didático-científica e de gestão, a Universidade integra a Administração Pública Indireta do Estado do Paraná. Por isso, deve observar as regras eleitorais aplicáveis aos órgãos e entidades públicas, a fim de evitar condutas que possam ser interpretadas como publicidade institucional irregular, promoção pessoal ou uso indevido da estrutura pública, situações que podem gerar responsabilização e aplicação de penalidades, incluindo multa, conforme previsto na legislação eleitoral. A [Lei nº 9.504/1997](#) estabelece restrições aos agentes públicos e às entidades da administração direta, indireta ou fundacional, com o objetivo de preservar a igualdade de oportunidades entre candidatas e candidatos.

Todas essas recomendações têm como base a [Lei Federal nº 9.504/1997](#), a [Cartilha Eleitoral da Advocacia-Geral da União \(AGU\)](#), sobre [Condutas Vedadas aos Agentes Públicos Federais nas Eleições 2026](#); o [Manual de Condutas Vedadas da Procuradoria-Geral do Estado do Paraná \(PGE\)](#); o [Guia de Orientações sobre a](#)

[Comunicação durante o Ano Eleitoral 2026](#), da Secom do Paraná; a [Resolução TSE nº 23.757/2026](#) e a [Constituição Federal, no art. 37, § 1º](#).