

Guarapuava, 26 de junho de 2026.

Memorando Circular N.º 02/2026-Coorc

De: Coordenadoria de Comunicação Social – Coorc **Ramal:** 1070
Para: Unidades pedagógicas e administrativas da Unicentro
Assunto: Informações e instruções sobre comunicação e divulgação durante o período eleitoral.

Senhores(as),

Considerando a legislação eleitoral aplicável ao ano de 2026, o Guia de Orientações sobre a Comunicação durante o Ano Eleitoral, elaborado pelo Governo do Estado do Paraná, a Informação Técnica nº 015/2026, AT/SECOM, emitida no Protocolo nº 26.005.233-0, bem como o parecer da Procuradoria Jurídica da Unicentro (Procjur), processo 15594/2026, encaminhamos orientações gerais a todos os setores pedagógicos e administrativos da Unicentro sobre a divulgação de informações institucionais durante o período eleitoral.

A partir de 4 de julho de 2026, fica vedada, como regra, a publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos e entidades da Administração Pública Estadual, incluindo as universidades estaduais. A vedação decorre do art. 73, VI, “b”, da Lei Federal nº 9.504/1997, e tem por objetivo impedir o uso da estrutura pública para promoção de governo, autoridades, agentes públicos, candidatos, partidos ou coligações. A vedação segue até 05 de outubro ou 26 de outubro, a depender da realização do 2º turno nas eleições de 2026.

Contudo, a restrição não significa paralisação total da comunicação institucional. A Secretaria de Estado da Comunicação (Secom) reconheceu que instituições de ensino superior podem manter publicidade legal e informativa estritamente necessária à divulgação de editais, certames e informações indispensáveis ao conhecimento público, desde que sem promoção pessoal, sem viés eleitoral, sem enaltecimento institucional e sem características de campanha publicitária vedada.

1. Regra Geral

As divulgações devem ser limitadas a informações objetivas de utilidade pública, caráter acadêmico, administrativo, educativo ou de prestação de serviço, indispensáveis à continuidade das atividades da Universidade.

Devem ser evitados conteúdos com tom promocional, celebrativo, institucional ou de valorização da gestão. A comunicação deve responder apenas ao necessário: o que é, quem pode participar, prazo, local, link, documentos, forma de inscrição, contato e edital.

2. O que PODE ser divulgado, com cautela

Poderão ser divulgadas, desde que em formato estritamente informativo:

- Editais de seleção, bolsas, monitoria, iniciação científica, extensão, cultura, inovação, mobilidade internacional, estágios e programas acadêmicos;
- Certames e processos seletivos, como Vestibular, PAC e chamadas complementares, observadas as autorizações específicas quando necessárias;
- Informações sobre matrícula, rematrícula, chamadas, prazos acadêmicos, calendários, documentos e procedimentos administrativos;
- Serviços prestados à comunidade, como clínicas-escola, laboratórios, projetos de atendimento, orientações de saúde, assistência, educação, direitos humanos e demais serviços universitários;
- Eventos acadêmicos, científicos ou culturais com inscrição aberta ou prazo determinado, desde que a divulgação seja limitada a informações objetivas;
- Avisos urgentes ou necessários à rotina administrativa e acadêmica.

Exemplo adequado: “Edital aberto para seleção de bolsistas de graduação. Inscrições: [data]. Público-alvo: [informação]. Edital e inscrições: [link].”

Exemplo inadequado: “Mais uma grande oportunidade da Unicentro, que transforma vidas e reafirma seu compromisso com a sociedade.”

3. O que NÃO PODE ser divulgado

Durante o período eleitoral, não deverão ser publicadas:

- Notícias institucionais sobre conquistas, resultados, premiações, expansão, obras, investimentos, rankings, entregas, inaugurações ou balanços de gestão;
- Conteúdos com linguagem promocional, slogans, frases de efeito ou chamadas aspiracionais;
- Imagens, falas, assinaturas ou menções a governador, vice-governador, secretários, reitoria, pró-reitorias, diretores, chefias, candidatos, partidos ou agentes políticos;
- Peças com marca de gestão governamental ou elementos visuais que possam associar a divulgação ao Governo ou à administração em disputa;
- Vídeos, reels ou cards com depoimentos personalistas de gestores, servidores, autoridades ou beneficiários, quando conferirem caráter promocional à ação;
- Publicações que comparem gestões, destaquem realizações ou enalteçam políticas públicas como conquista institucional;
- Compartilhamento, curtida, comentário, marcação ou colaboração com perfis de candidatos, partidos, agentes políticos ou autoridades em contexto eleitoral.

4. Redes sociais dos setores, cursos, departamentos, programas, câmpus e outros

Perfis de redes sociais vinculados a setores, cursos, departamentos, programas, projetos, laboratórios, clínicas, câmpus ou unidades administrativas também devem observar as restrições eleitorais.

Mesmo que o perfil não seja o canal oficial central da Universidade, se ele estiver vinculado a uma unidade da Unicentro, usa nome, marca, estrutura, servidor, projeto institucional ou atividade pública da Universidade, deve seguir estas regras.

Até 3 de julho de 2026, todas as publicações do Instagram oficial da Unicentro e dos perfis dos câmpus serão arquivadas. O perfil no Facebook, o canal do YouTube e todas as demais redes sociais institucionais deverão ser arquivados ou permanecer sem novas publicações, conforme orientação da Coorc e das instâncias competentes.

A partir de 4 de julho, durante o período eleitoral, quando houver autorização para manutenção de perfil ou publicação pontual, deverão ser observadas as seguintes cautelas:

- Publicar apenas avisos objetivos e necessários;
- Remover ou evitar slogans, campanhas e frases promocionais;
- Não publicar conteúdo de enaltecimento institucional;
- Não usar imagens de autoridades ou agentes políticos;
- Não marcar perfis de governo, autoridades, candidatos ou partidos;
- Desativar comentários em todas as publicações de redes sociais, a fim de evitar manifestações eleitorais, números de candidatos, propaganda política, ataques partidários ou slogans de campanha;
- Encaminhar, previamente, à Coorc dúvidas sobre conteúdos sensíveis.

5. Sites institucionais, banco de imagens e histórico de notícias

Os sites da Unicentro, dos câmpus, pró-reitorias, departamentos, programas, setores e projetos poderão permanecer ativos, desde que o conteúdo divulgado seja estritamente informativo, acadêmico, administrativo ou de utilidade pública. Contudo, caso o site tenha um espaço para notícias, essa parte deverá ser desativada, durante o período eleitoral.

O banco de imagens da Unicentro será ocultado durante o período eleitoral, assim como o histórico de notícias institucionais, com o objetivo de evitar a permanência de conteúdos que possam ser interpretados como publicidade institucional, promoção de gestão, exposição de autoridades ou divulgação de realizações públicas no período vedado.

Devem ser evitadas chamadas de capa, banners, sliders ou notícias com tom promocional. O conteúdo recomendado é o formato de aviso ou edital.

Durante o período eleitoral, os setores devem revisar suas páginas para remover, ocultar ou ajustar conteúdos com:

- Marcas de governo ou de gestão;
- Slogans institucionais promocionais;
- Notícias de realizações;

- Fotos de autoridades;
- Textos de exaltação institucional;
- Banners de campanhas públicas não autorizadas.

6. Eventos acadêmicos, científicos, culturais e administrativos

Eventos poderão ser divulgados quando houver prazo de inscrição, programação acadêmica ou necessidade de orientação ao público. A divulgação deve conter apenas: nome do evento, data, horário, local, público-alvo, inscrições, programação, certificado, contato e link.

Durante o período eleitoral, os eventos institucionais, acadêmicos, científicos, culturais ou administrativos deverão evitar composições de mesa com autoridades nomeadas, anúncios protocolares de autoridades, falas de abertura com caráter institucional ou político, discursos de gestores, homenagens a autoridades ou qualquer manifestação que possa ser interpretada como promoção pessoal, promoção institucional ou enaltecimento de gestão.

Quando a presença de representante institucional for indispensável à realização do ato, a participação deve ser estritamente funcional, sem discurso, sem pronunciamento político ou institucional, sem menção a realizações de gestão e sem uso do evento como espaço de divulgação de ações governamentais.

A cobertura posterior de eventos deve ser evitada quando tiver natureza noticiosa, celebrativa ou promocional. Em caso de necessidade acadêmica ou administrativa, consultar previamente a Coorc.

7. Vestibular, PAC e processos seletivos

A divulgação do Vestibular, PAC e demais certames deve seguir orientação específica da Reitoria, Coorc, Procuradoria Jurídica, Secom e, se necessário, Justiça Eleitoral.

Como regra, podem ser divulgadas informações legais e objetivas: inscrições, prazos, prova, edital, link, cursos, vagas, cotas e canais de atendimento.

Campanhas publicitárias, impulsionamento, rádio, televisão, mídia paga ou peças de maior alcance dependem de análise e autorização específica da Justiça Eleitoral.

8. Multas e responsabilização individual

O descumprimento das vedações eleitorais pode gerar suspensão imediata da conduta, responsabilização dos agentes envolvidos e multa prevista na Lei Federal nº 9.504/1997. A legislação eleitoral prevê multa de cinco a cem mil UFIR, sem prejuízo de outras consequências legais, inclusive responsabilização dos partidos, coligações, federações ou candidatos eventualmente beneficiados.

A responsabilidade pode recair sobre o agente público que autorizou, administrou, manteve ou realizou a comunicação irregular, bem como sobre o responsável pelo meio, unidade, perfil ou evento que deu causa à infração. Portanto, se o perfil de Instagram de um departamento violar a regra, poderão responder individualmente o administrador do perfil e o responsável pelo departamento, conforme apuração do caso concreto, e não automaticamente a Universidade ou seu reitor.

O mesmo critério se aplica a eventos. Por exemplo, se a unidade promover composição de mesa, discurso, exposição de autoridade, divulgação de realização institucional ou outro ato incompatível com as vedações eleitorais, o responsável pela organização e/ou pela autorização do evento poderá ser pessoalmente responsabilizado, sem prejuízo de outras apurações administrativas ou eleitorais.

A jurisprudência eleitoral entende que a publicidade institucional em período vedado pode configurar infração de natureza objetiva, independentemente da intenção eleitoral. Portanto, o argumento de que a publicação “não teve finalidade política” pode não ser suficiente para afastar a responsabilização.

9. Procedimento interno

Durante o período eleitoral, os setores deverão adotar o seguinte procedimento:

- Antes de divulgar, verificar se o conteúdo é realmente necessário;
- Transformar notícias em avisos objetivos;
- Retirar adjetivos, slogans, frases promocionais e menções a realizações;
- Evitar fotos de autoridades, gestores e agentes públicos;
- Conferir se há marca de governo ou identidade visual de gestão;

- Publicar preferencialmente link para edital, formulário ou página oficial;
- Consultar a Coorc em caso de dúvida;
- Não impulsionar conteúdos nem contratar divulgação sem autorização formal;
- Manter registro das publicações realizadas, com data, canal e finalidade.

10. Critérios práticos de decisão

Antes de publicar, o setor deve responder:

1. A informação é indispensável para o público?
2. Há prazo, inscrição, atendimento, edital, serviço ou obrigação administrativa?
3. O texto está objetivo e sem promoção institucional?
4. A peça evita slogan, campanha, autoridade e marca de governo?
5. A divulgação poderia ser interpretada como exaltação da Universidade, do Governo ou de gestores?
6. Há dúvida jurídica ou risco de repercussão eleitoral?

Se houver dúvida, não publique antes de consultar a Coorc.

11. Encaminhamento de dúvidas

Dúvidas sobre publicações, peças, eventos, redes sociais, sites, editais, serviços, campanhas ou coberturas jornalísticas e/ou fotográficas deverão ser encaminhadas previamente à Coordenadoria de Comunicação Social, com o texto ou material proposto, canal de divulgação, prazo e justificativa da necessidade.

A orientação geral para o período eleitoral é: comunicar apenas o necessário, com linguagem objetiva, sem promoção institucional e com registro da finalidade pública.

12. Referências normativas e administrativas

- Constituição Federal, art. 37, § 1º.
- Lei Federal nº 9.504/1997, art. 73, VI, “b” e §§ aplicáveis.

- Guia de Orientações sobre a Comunicação durante o Ano Eleitoral - Eleições 2026, Governo do Estado do Paraná.
- Informação Técnica nº 015/2026 - AT/SECOM, Protocolo nº 26.005.233-0.
- Decreto Estadual nº 8.988/2010, quanto à publicidade legal, conforme citado pela Secom.
- Decreto Estadual nº 10.161/2022, art. 19, conforme citado pela Secom.

Sendo o que tínhamos para o momento, encaminhamos para ciências e, caso necessário, medidas cabíveis de todos os servidores da Unicentro.

Seguimos à disposição para esclarecer quaisquer dúvidas que ainda se façam presentes.

Atenciosamente,

Danny Jessé Falkembach Nascimento

Coordenador de Comunicação Social

Unicentro