

Com o objetivo de esclarecer eventuais dúvidas que ainda permaneçam em relação aos procedimentos a serem adotados durante o período eleitoral, seguem **orientações complementares** à IN 6 Secom, elaboradas em conjunto com a Advocacia Geral da União – AGU, relacionadas aos ambientes digitais e direcionadas às áreas de comunicação social dos órgãos e entidades do Sicom:

Conteúdo noticioso em sítios/portais

Não há necessidade de retirar conteúdo noticioso veiculado antes de 05.07.2014. Recomenda-se, contudo, que esse conteúdo seja disponibilizado em área sem destaque no site e que seja devidamente datado, para comprovar que se trata de notícia produzida e veiculada antes do período eleitoral. Permanece a orientação da IN SECOM n.º 06/2014 quanto à retirada do conteúdo de publicidade institucional como, p. ex., vídeos publicitários, logomarcas, slogans, material de divulgação institucional de atos ou programas de governo, etc.

Discursos, entrevistas e pronunciamentos de autoridades que sejam candidatos nas próximas eleições

O conteúdo produzido e veiculado antes de 5.07.2014 poderá ser mantido nos sítios/portais. Deve-se atentar, contudo, para que essas informações estejam devidamente datadas, para que haja comprovação de que a veiculação ocorreu antes do período eleitoral. Também deve-se retirar esse conteúdo das áreas de destaque nos ambientes digitais.

Redes Sociais

Os posts anteriores a 05.07.2014 poderão ser mantidos. É preciso, contudo, que estejam devidamente datados para que se comprove que foram veiculados antes do período eleitoral. Os posts anteriores a 5.07.2014 não devem ser reeditados ou promovidos de forma que voltem a aparecer em área de destaque na linha do tempo. Nas situações em que um post anterior a 5.07.2014 for comentado e aparecer em destaque na linha do tempo, o mesmo deverá ser ocultado e/ou excluído.

Por medida de cautela, as áreas de comentários das redes sociais e dos sítios/portais deverão ser suspensas durante o período eleitoral. Para isso, deverá ser apresentado texto orientativo, conforme sugestão abaixo:

Caro leitor / internauta

O espaço para comentários deste canal está temporariamente desabilitado, por medida de cautela, em observância ao que estabelece a legislação eleitoral.

A suspensão permanecerá até 5.10.2014, ou 26.10. 2014, se houver segundo turno nas eleições gerais.

Durante esse período, os pedidos de informações podem ser encaminhados para o canal Fale com (nome do órgão) ou para o Serviço de Informação ao Cidadão – SIC (link para o formulário).

Nos ambientes em que não seja possível suspender a área de comentários, como é o caso da rede social Facebook, devem ser incluídos na “black list” termos que evitem postagens que possam caracterizar propaganda eleitoral, como nome e número de candidatos, siglas e nomes de partidos políticos, slogans de campanhas, palavras-chaves como eleições, segundo turno, etc.

Nesse caso, todos os comentários deverão ser moderados e deverão ser excluídos aqueles que tenham cunho eleitoral e que não tenham sido filtrados pelos mecanismos automáticos.

Esta diretriz de moderação deverá constar nos termos de uso da rede social. Também é recomendável a publicação de texto orientativo conforme sugestão abaixo:

Caro leitor / internauta

O espaço para comentários deste canal foi adaptado, por cautela, em observância ao que estabelece a legislação eleitoral.

Serão moderados e passíveis de não publicação e/ou exclusão os comentários que tenham cunho eleitoral.

Essa restrição permanece até 5.10.2014, ou 26.10.2014, se houver segundo turno nas eleições gerais.

Além da “blacklist”, recomenda-se a intensificação do trabalho de moderação e intervenção nos comentários, para evitar que quaisquer conteúdos contrários aos dispositivos da legislação eleitoral e não previstos na “blacklist “ possam acarretar consequente responsabilização do gestor do canal.

No caso de perfis de redes sociais específicos de programas de governo, orienta-se postagem restrita à prestação de serviços ao cidadão, com caráter educativo, informativo ou de orientação social.

Releases

Poderão ser disponibilizados para imprensa como é feito habitualmente, inclusive no ambiente digital. Entretanto, considerando que os releases podem ficar em área/seção de livre acesso aos usuários, atentar para a vedação que existe, a partir de 5.07.2014, em relação à publicidade institucional. Deve-se evitar análises valorativas de ações e programas, bem como comparação entre governos. Recomenda-se focar as informações de interesse direto do cidadão (prestação de serviço).

Publicidade Institucional

Deverão ser retirados dos sites/portais/Youtube todas as peças de ações publicitárias.

Banco de Imagens – fotos, vídeos e infográficos

Podem ser mantidos nos sites/portais, desde que em área sem destaque e devidamente datado para comprovar que se trata de conteúdo histórico.