

Cartilha

Eleitoral

2026

Manual

Manual executivo, estratégico,
operacional e jurídico da ANTT sobre
condutas vedadas, comunicação
institucional, publicidade, eventos,
redes sociais, relacionamento
institucional e gestão de risco eleitoral

APRESENTAÇÃO

A presente Cartilha Eleitoral da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) foi concebida como instrumento institucional de referência destinado a orientar, de forma aprofundada, estratégica, operacional e juridicamente segura, a atuação da Agência durante o período eleitoral de 2026.

Mais do que reproduzir dispositivos legais ou consolidar entendimentos jurisprudenciais, este documento traduz normas complexas em diretrizes práticas, objetivas e aplicáveis à realidade operacional da ANTT, considerando as especificidades de uma agência reguladora federal de alta exposição pública, intensa interlocução institucional e grande repercussão econômica, política e social de suas ações.

A experiência consolidada da Justiça Eleitoral demonstra que grande parte das irregularidades cometidas por órgãos públicos em anos eleitorais não decorre, necessariamente, de intenção deliberada de favorecimento político, mas da ausência de compreensão clara acerca dos limites entre comunicação institucional legítima, prestação de serviço público e promoção institucional indevida.

No contexto da ANTT, os riscos eleitorais assumem dimensão ainda mais sensível em razão:

- da elevada visibilidade institucional da Agência;
- da relevância estratégica das concessões de infraestrutura reguladas;
- da intensa atuação fiscalizatória em todo o território nacional;
- da realização recorrente de leilões, audiências públicas, eventos técnicos e agendas institucionais;
- da ampla produção de conteúdo institucional;
- da forte presença digital da Agência;
- da elevada exposição perante imprensa, concessionárias, parlamentares, governos estaduais, prefeitos e sociedade.

Diferentemente de cartilhas aplicáveis indistintamente a toda a Administração Pública, este manual foi estruturado especificamente para a realidade da ANTT, com foco prático, operacional e preventivo.

A proposta central desta cartilha é eliminar zonas cinzentas interpretativas e estabelecer parâmetros objetivos sobre:

- o que pode;
- o que não pode;
- como pode;
- quando pode;
- quais riscos exigem cautela máxima;
- quais situações demandam manifestação prévia da Procuradoria Federal junto à ANTT.

O presente documento destina-se à Diretoria Colegiada, AESRIC, Superintendências, Gerências, servidores efetivos, ocupantes de cargos comissionados, terceirizados, estagiários, concessionárias, agências de publicidade, produtoras audiovisuais, organizadores de eventos, parceiros institucionais e todos aqueles que atuam direta ou indiretamente em nome da ANTT ou com a ANTT.

Mais do que evitar sanções eleitorais, o objetivo central desta cartilha é preservar:

- a neutralidade institucional da ANTT;
- a credibilidade da Agência;
- a legitimidade das ações regulatórias;
- a segurança jurídica das decisões administrativas;
- a conformidade com os princípios constitucionais da Administração Pública e
- a integridade reputacional da instituição perante órgãos de controle, imprensa e sociedade.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	03
SUMÁRIO	06
1. FUNDAMENTOS JURÍDICOS E PRINCÍPIOS APLICÁVEIS	12
1.1 Princípio da impessoalidade	14
1.2 Princípio da neutralidade institucional	14
1.3 Interpretação material das condutas	15
2. MARCO TEMPORAL DAS RESTRIÇÕES ELEITORAIS	16
2.1 Condutas vedadas durante todo o Ano Eleitoral	17
2.2 Período de Defeso Eleitoral	17
2.3 A ANTT não para	19
3. COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL	20
3.1 Finalidade da Comunicação Pública	21
3.2 O que pode ser divulgado?	21
3.3 O Que não pode ser divulgado?	22
3.4 Linguagem Institucional	23
3.5 Linguagem Audiovisual	23

Sumário

4. REDES SOCIAIS INSTITUCIONAIS	25
4.1 O que pode ser publicado nas redes sociais da ANTT?	26
4.2 O que exige cautela máxima?	28
4.3 O que não pode?	28
4.4 Moderação de comentários	29
4.5 Impulsionamento	29
5. PARTICIPAÇÃO DE DIRIGENTES E AUTORIDADES	30
5.1 Situações de menor risco	31
5.2 Situações de alto risco	31
5.3 Diretriz Institucional	31
6. EVENTOS INSTITUCIONAIS	32
6.1 Eventos permitidos	33
6.2 Condutas vedadas	33
6.3 Discursos	33
6.4 Backdrops e identidade visual	34
7. INAUGURAÇÕES E ENTREGA DE OBRAS	35
7.1 Regra de Ouro: Participação em Inaugurações	36
7.2 Entregas operacionais	37

Sumário

7.3 Cobertura Audiovisual	38
8. AUDIÊNCIAS PÚBLICAS E PROCESSOS REGULATÓRIOS	39
8.1 Participação de Parlamentares e Candidatos	40
9. LEILÕES DE CONCESSÃO DA ANTT EM ANO ELEITORAL	42
9.1 Leilões de concessão rodoviária e ferroviária	43
9.2 Princípio orientador	44
9.3 O que é permitido?	44
9.4 Participação de autoridades	45
9.5 Discursos técnicos	46
9.6 O que não pode?	46
9.7 Participação de candidatos	47
9.8 Comunicação e cobertura da AESRIC	48
9.9 Cobertura audiovisual	49
9.10 Backdrops, painéis e identidade visual	50
9.11 Entrevistas à imprensa	50
9.12 Matriz de risco - Leilões	51
9.13 Diretriz Final	52

Sumário

10. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL	53
10.1 O que é Publicidade Institucional?	54
10.2 Exceções	55
10.3 O que deve ser suspenso?	55
11. IMPRENSA E RELAÇÃO COM A MÍDIA	56
11.1 O que não deve ocorrer?	57
11.2 A ANTT pode conceder entrevistas, publicar artigos e divulgar notas à imprensa?	57
12. EVENTOS ESPORTIVOS, PREMIAÇÕES E AÇÕES INSTITUCIONAIS	59
12.1 Corridas institucionais e distribuição de brindes	60
12.2 Premiações	60
13. RELACIONAMENTO COM CONCESSIONÁRIAS E PARCEIROS	61
13.1 Principais riscos	62
14. MATRIZ ESTRATÉGICA DE RISCO ELEITORAL	63
15. CHECKLIST OBRIGATÓRIO DA AESRIC	65
16. GOVERNANÇA E FLUXO INTERNO	66
17. CONSEQUÊNCIAS DO DESCUMPRIMENTO	67

Sumário

18. DIRETRIZ FINAL DA ANTT	68
-----------------------------------	-----------

19. PERGUNTAS E RESPOSTAS – GUIA DEFINITIVO DA ANTT PARA O PERÍODO ELEITORAL – FAQ	69
---	-----------

19.1 A ANTT pode continuar publicando normalmente nas redes sociais?	70
--	----

19.2 A ANTT pode divulgar fiscalizações?	71
--	----

19.3 A ANTT pode divulgar entregas, investimentos e obras?	72
--	----

19.4 A ANTT pode produzir vídeos institucionais?	72
--	----

19.5 A ANTT pode mostrar dirigentes nas redes sociais?	73
--	----

19.6 A ANTT pode realizar eventos?	74
------------------------------------	----

19.7 A ANTT pode realizar seminários e workshops?	74
---	----

19.8 A ANTT pode realizar audiência pública?	75
--	----

19.9 Parlamentares e candidatos podem participar de eventos da ANTT?	75
--	----

19.10 A ANTT pode realizar inaugurações?	77
--	----

19.11 Pode haver cobertura audiovisual de inaugurações?	77
---	----

19.12 A ANTT pode conceder entrevistas?	78
---	----

19.13 A ANTT pode impulsionar publicações?	78
--	----

Sumário

19.14 A ANTT pode divulgar campanhas educativas?	79
19.15 A ANTT pode divulgar resultados da gestão?	79
19.16 A ANTT pode utilizar slogans?	80
19.17 A ANTT pode fazer retrospectivas institucionais?	80
19.18 A ANTT pode realizar corrida institucional?	81
19.19 A ANTT pode divulgar parcerias com concessionárias?	81
19.20 Qual a principal diretriz da ANTT em período eleitoral?	82

1. fundamentos

**1. FUNDAMENTOS
JURÍDICOS E PRINCÍPIOS
APLICÁVEIS**

aplicáveis



A atuação da Administração Pública em período eleitoral submete-se a rígido regime jurídico destinado a preservar:

- a igualdade de oportunidades entre candidaturas;
- a neutralidade estatal;
- a legitimidade do processo democrático;
- a impessoalidade administrativa e
- a vedação ao uso político da máquina pública.

A atuação institucional da ANTT deve observar especialmente:

- Constituição Federal, art. 37, caput e §1º;
- Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições);
- Lei Complementar nº 64/1990;
- Resoluções do Tribunal Superior Eleitoral – Eleições 2026;
- Jurisprudência consolidada do TSE e STF;
- Orientações da Advocacia-Geral da União (AGU);
- Entendimentos da Comissão de Ética Pública;
- Pareceres da Câmara Nacional de Direito Eleitoral;
- Cartilha da AGU sobre Condutas Vedadas aos Agentes Públicos Federais nas Eleições 2026.

1.1 Princípio da impessoalidade

O princípio da impessoalidade constitui um dos pilares centrais desta cartilha.

As ações da ANTT pertencem ao Estado brasileiro – e não a governos, dirigentes ou agentes políticos específicos.

Por essa razão:

- não é permitido personalizar políticas públicas;
- não é permitido associar entregas institucionais a autoridades;
- não é permitido utilizar a estrutura da Agência para construção de capital político;
- não é permitido transformar comunicação pública em narrativa de gestão.

A ANTT comunica serviços, regula setores, fiscaliza contratos e informa a sociedade.

Não promove pessoas.

1.2 Princípio da Neutralidade Institucional

A ANTT deve manter absoluta **neutralidade** político-partidária.

Isso significa que:

- a estrutura pública não pode favorecer candidaturas;
- a comunicação institucional não pode assumir caráter promocional;
- os canais institucionais não podem servir de plataforma ou propaganda eleitoral, direta ou indiretamente;
- a atuação administrativa não pode ser utilizada para fortalecimento político de agentes públicos.

Neutralidade institucional não significa omissão administrativa.

A Agência continua atuando normalmente. O que muda em ano eleitoral é a forma de exposição, comunicação e condução institucional das ações públicas.

1.3 Interpretação material das condutas

A Justiça Eleitoral adota interpretação material, contextual e finalística das condutas.

Isso significa que o TSE não analisa apenas o texto literal de uma publicação ou evento.

—
Também são considerados:

- contexto político;
- frequência das divulgações;
- intensidade da exposição institucional;
- linguagem utilizada;
- narrativa audiovisual;
- enquadramentos de vídeo;
- estética da campanha;
- potencial de repercussão eleitoral;
- associação da ação à imagem de determinada autoridade.

Assim, conteúdos aparentemente legais podem ser considerados irregulares quando a forma de apresentação revela:

- caráter promocional;
- personalização;
- exaltação institucional;
- construção de imagem política;
- tentativa indireta de influência eleitoral.

2. marco

2. MARCO TEMPORAL DAS RESTRIÇÕES ELEITORAIS

eleitorais

As restrições eleitorais não possuem marco único. Algumas limitações incidem durante todo o ano eleitoral. Outras tornam-se ainda mais rigorosas nos três meses anteriores ao pleito.

2

2.1 Condutas vedadas durante todo o ano eleitoral

São permanentemente vedados:

- promoção pessoal com uso da máquina pública;
- utilização eleitoral da estrutura administrativa;
- abuso de poder político;
- desvio de finalidade da comunicação institucional;
- uso institucional em benefício de candidaturas;
- associação de ações públicas a agentes políticos.

O princípio da impessoalidade não possui suspensão temporal.

2.2 Período de Defeso Eleitoral

Nos três meses que antecedem o primeiro turno das eleições, a legislação eleitoral estabelece um regime jurídico mais rigoroso para a atuação da Administração Pública.

Nesse período, não há paralisação das atividades da ANTT. A Agência continua exercendo normalmente suas competências regulatórias, fiscalizatórias, sancionatórias, normativas e de atendimento ao cidadão.

Entretanto, determinadas ações passam a exigir controle reforçado, especialmente quando possuem potencial de gerar exposição pública de autoridades, repercussão midiática ou associação indevida entre a atuação estatal e agentes políticos.

2

Nesse contexto:

Passam a ser expressamente vedados:

- a participação de candidatos em inaugurações de obras públicas;
- a utilização de publicidade institucional nos casos vedados pela legislação eleitoral;
- a utilização da estrutura administrativa para promoção eleitoral e,
- a realização de ações institucionais que possam ser interpretadas como favorecimento de candidaturas.

Atenção:

A vedação legal incide **diretamente** sobre inaugurações de obras públicas.

Contudo, do ponto de vista de governança e gestão de risco eleitoral, a ANTT deve adotar cautela equivalente em eventos que, embora não sejam formalmente inaugurações, possuam características semelhantes, tais como:

- entregas de obras;
- liberações de trechos rodoviários;
- lançamentos de empreendimentos;
- cerimônias de conclusão de investimentos;
- eventos comemorativos relacionados a obras ou concessões e,
- visitas técnicas com forte exposição pública ou cobertura midiática.

Nesses casos, embora a legislação nem sempre estabeleça vedação automática, a análise deve considerar o contexto, a presença de candidatos, a narrativa institucional adotada e o potencial de exploração eleitoral do evento.

2

2.3 A ANTT não para

A legislação eleitoral não paralisa a Administração Pública.

A ANTT pode e deve continuar:

- fiscalizando;
- regulando;
- executando contratos;
- realizando audiências públicas;
- promovendo segurança viária;
- divulgando orientações técnicas;
- prestando serviços públicos;
- conduzindo leilões e atos regulatórios.

O que muda é:

- a forma de comunicação;
- a linguagem institucional;
- o nível de exposição;
- a estética audiovisual;
- a condução cerimonial;
- a gestão de risco reputacional;
- a forma de divulgar.

3. COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

A comunicação institucional representa uma das áreas de maior risco eleitoral.

Historicamente, grande parte das condenações eleitorais envolvendo órgãos públicos decorre de:

- publicidade institucional irregular;
- promoção pessoal;
- uso indevido de canais oficiais;
- linguagem comemorativa;
- exposição excessiva de autoridades e,
- narrativa de valorização de gestão.

3

3.1 Finalidade da comunicação pública

A finalidade da comunicação institucional é:

- informar;
- orientar;
- educar;
- prestar serviço;
- garantir transparência e,
- proteger o interesse público.

A comunicação da ANTT não existe para:

- promover dirigentes;
- construir imagem política;
- valorizar governos e,
- produzir narrativa eleitoral.

3.2 O que pode ser divulgado?

Podem ser divulgados:

- alertas operacionais;
- informações regulatórias;
- orientações técnicas;
- campanhas educativas indispensáveis;
- comunicados emergenciais;
- prestação de serviços;
- informações de utilidade pública;
- dados estatísticos e,
- ações fiscalizatórias com caráter informativo.

3

Exemplos adequados:

- “ANTT orienta usuários sobre regras do transporte interestadual.”
- “Operação de fiscalização reforça segurança viária no feriado.”
- “Tráfego liberado no km X da BR-Y.”

3.3 O que não pode ser divulgado?

Não podem ser divulgados conteúdos que:

- exaltem gestão;
- promovam autoridades;
- utilizem tom comemorativo;
- construam narrativa de legado;
- associem entregas à figura de dirigentes;
- utilizem linguagem eleitoral e,
- apresentem estética de campanha.

Exemplos inadequados:

- “Maior entrega da história da ANTT.”
- “Gestão que revolucionou a infraestrutura.”
- “Marco histórico liderado pela atual administração.”

3

3.4 Linguagem institucional

A linguagem institucional deve ser:

- técnica;
- objetiva;
- sóbria;
- impessoal;
- moderada e,
- informativa.

Devem ser evitados:

- superlativos;
- adjetivos promocionais;
- slogans;
- expressões de exaltação;
- linguagem emocional e,
- narrativa épica.

3.5 Linguagem audiovisual

O TSE analisa não apenas o texto, mas também:

- trilha sonora;
- edição;
- enquadramentos;
- ritmo;
- frequência de exposição;
- closes;
- narrativa emocional e,
- estética cinematográfica.

3

Representam elevado risco:

- vídeos épicos;
- trilhas emocionais;
- drones cinematográficos;
- edição heroica;
- vídeos centrados em dirigentes e,
- narrativas de transformação.

A orientação institucional é priorizar:

- caráter documental;
- objetividade visual;
- foco operacional e,
- interesse coletivo.

4. REDES SOCIAIS INSTITUCIONAIS

As redes sociais da ANTT possuem natureza estritamente institucional.

Os canais oficiais não podem ser utilizados como vitrines políticas ou plataformas de fortalecimento eleitoral.

4

4.1 O que pode ser publicado nas redes sociais da ANTT?

A manutenção das redes sociais institucionais permanece plenamente permitida durante o período eleitoral.

Os perfis oficiais da ANTT constituem canais permanentes de prestação de serviço público e não precisam ser desativados ou suspensos.

Podem ser divulgados:

Serviços ao cidadão

- orientações regulatórias;
- campanhas educativas;
- tutoriais;
- informações sobre sistemas e serviços;
- comunicados operacionais e,
- alertas de utilidade pública.

Fiscalizações

Podem ser divulgadas ações de fiscalização relacionadas ao transporte rodoviário de passageiros e cargas, **desde que a comunicação:**

- possua caráter informativo;
- destaque a proteção do usuário;
- utilize linguagem técnica e,
- evite tom comemorativo.

Também podem ser produzidos conteúdos especiais, séries documentais e produtos audiovisuais sobre fiscalização, inclusive documentários sobre combate ao transporte clandestino, **desde que:**

- possuam finalidade educativa ou informativa;
- não promovam autoridades;
- não utilizem linguagem de exaltação da gestão;
- não transformem a ação fiscalizatória em peça de marketing institucional.

4

Eventos técnicos

Podem ser divulgados:

- audiências públicas;
- tomadas de subsídios;
- reuniões participativas;
- seminários técnicos;
- workshops;
- fóruns regulatórios;
- eventos acadêmicos e;
- congressos setoriais.

A divulgação deve focar no conteúdo técnico e no interesse público do evento, evitando narrativas de valorização institucional.

Obras e investimentos

Podem ser divulgadas informações relacionadas à execução contratual, ao andamento de obras, à liberação operacional de trechos e à evolução de investimentos regulados.

Entretanto, quanto maior a exposição pública da entrega, maior deve ser o cuidado com:

- linguagem utilizada;
- identidade visual;
- presença de autoridades;
- produção audiovisual;
- cobertura jornalística.

4

4.2 O que exige cautela máxima?

- vídeos institucionais produzidos;
- reels emocionais;
- retrospectivas;
- posts comemorativos;
- campanhas de valorização institucional;
- cobertura intensa de agendas e,
- divulgação reiterada de investimentos.

4.3 O que não pode?

Não pode:

- transformar perfis institucionais em canais de promoção de dirigentes;
- utilizar slogans de governo;
- impulsionar conteúdos promocionais;
- realizar collabs com agentes políticos;
- utilizar linguagem eleitoral e,
- produzir narrativa de legado.

4

4.4 Moderação de Comentários

Os comentários das redes sociais devem possuir monitoramento ativo.

A AESRIC deve remover:

- propaganda eleitoral;
- pedidos de voto;
- conteúdo partidário e,
- utilização política indevida do espaço institucional.

A omissão institucional diante da instrumentalização eleitoral dos canais oficiais pode gerar responsabilização.

4.5 Impulsionamento

A partir de 4 de julho de 2026:

- impulsionamentos institucionais ficam, em regra, vedados;
- campanhas patrocinadas exigem cautela extrema e,
- campanhas de utilidade pública dependem de justificativa robusta e, quando aplicável, autorização da Justiça Eleitoral.

5. PARTICIPAÇÃO DE DIRIGENTES E AUTORIDADES

A presença de dirigentes em conteúdos institucionais não é automaticamente proibida.

Entretanto, deve observar:

- necessidade institucional;
- proporcionalidade;
- moderação;
- finalidade técnica e,
- impessoalidade.

5

5.1 Situações de menor risco

Possuem menor risco:

- entrevistas técnicas;
- esclarecimentos operacionais;
- comunicados emergenciais;
- participação em audiências públicas e,
- explicações regulatórias.

5.2 Situações de alto risco

Representam elevado risco:

- vídeos centrados no dirigente;
- formatos “selfie”;
- discursos celebrativos;
- narrativas de transformação;
- associação direta entre autoridade e entrega pública e,
- exposição reiterada da mesma autoridade.

5.3 Diretriz institucional

A recomendação da ANTT é:

- priorizar infraestrutura;
- priorizar serviço público;
- priorizar interesse coletivo;
- reduzir protagonismo individual e,
- evitar personalização institucional.

6. EVENTOS INSTITUCIONAIS

Eventos representam uma das áreas mais sensíveis do período eleitoral.

Mesmo eventos legítimos podem gerar questionamentos quando assumem:

- tom político;
- caráter celebrativo;
- estética promocional e,
- protagonismo excessivo de autoridades.

6

6.1 Eventos permitidos

Podem ocorrer:

- seminários técnicos;
- workshops regulatórios;
- audiências públicas*;
- reuniões operacionais;
- capacitações e,
- fóruns técnicos.

** Audiências públicas apresentam risco moderado no período eleitoral, em razão da impossibilidade de controle integral das manifestações de participantes externos, que podem realizar falas de cunho político-partidário. Recomenda-se priorizar consultas públicas ou adotar condução rigorosa das audiências, com interrupção imediata de manifestações tendenciosas, eleitorais ou de promoção pessoal.*

6.2 Condutas vedadas

Não pode:

- transformar eventos em atos políticos;
- permitir discursos eleitorais;
- utilizar estrutura pública para promoção política;
- promover agentes políticos e,
- utilizar linguagem eleitoral.

6.3 Discursos

Os discursos devem ser:

- técnicos;
- objetivos;
- moderados e,
- institucionais.

6

Não devem:

- exaltar governos;
- comparar gestões;
- construir narrativa política e,
- realizar promoção pessoal.

6.4 Backdrops e identidade visual

Devem:

- utilizar identidade institucional oficial;
- evitar slogans;
- evitar frases promocionais e,
- manter sobriedade visual.

Não pode:

- constar assinatura do governo.

7. INAUGURAÇÕES E ENTREGA DE OBRAS

Este é um dos temas mais críticos da legislação eleitoral.

7

7.1 Regra de Ouro: Participação em Inaugurações

Nos termos da legislação eleitoral, é vedado aos candidatos comparecerem a inaugurações de obras públicas nos três meses que antecedem o pleito.

Para fins de gestão de risco institucional, a ANTT deverá observar as seguintes diretrizes:

Candidatos

- Não podem participar de inaugurações de obras públicas.
- A vedação alcança candidatos a qualquer cargo eletivo.

Parlamentares que não sejam candidatos

- Podem participar de inaugurações, desde que o evento mantenha caráter estritamente institucional e não seja utilizado para promoção político-eleitoral.

Diretores e Superintendentes da ANTT

- Podem participar de inaugurações, visitas técnicas, liberações operacionais e demais eventos institucionais relacionados às atribuições da Agência.

Contudo, sua atuação deve observar:

- impessoalidade;
- ausência de promoção pessoal;
- neutralidade institucional;
- foco exclusivo no interesse público.
- ausência de discurso político;

7

Visitas técnicas

A simples alteração do nome do evento para “visita técnica” não afasta a incidência da legislação eleitoral.

A Justiça Eleitoral analisa a realidade dos fatos e não apenas a nomenclatura utilizada.

Assim, uma “visita técnica” poderá ser considerada inauguração ou evento promocional se houver:

- entrega efetiva de obra;
- exploração política;
- cerimônia formal;
- associação da entrega a autoridades.
- cobertura comemorativa;

7.2 Entregas operacionais

Mesmo liberações técnicas podem gerar risco quando há:

- exploração política;
- narrativa de gestão e,
- excesso de divulgação;
- cobertura cinematográfica.
- presença ostensiva de autoridades;

7.3 Cobertura audiovisual

A cobertura deve:

- ser sóbria;
- evitar tom épico e,
- possuir caráter técnico;
- evitar linguagem emocional.
- evitar espetacularização;

Importante destacar que a denominação do evento como “visita técnica”, “vistoria”, “inspeção operacional” ou expressão semelhante não afasta a necessidade de observância das regras eleitorais.

A análise da Justiça Eleitoral é material e contextual.

Assim, mesmo em visitas técnicas legítimas, a cobertura audiovisual deve permanecer compatível com a finalidade institucional do evento, evitando formatos que possam transmitir percepção de inauguração, celebração ou promoção política.

8. AUDIÊNCIAS PÚBLICAS E PROCESSOS REGULATÓRIOS

As audiências públicas integram a atividade-fim da ANTT e podem ocorrer normalmente.

Entretanto:

- devem manter caráter técnico;
- devem preservar neutralidade;
- devem evitar exploração política e,
- devem garantir tratamento isonômico.

8

8.1 Participação de Parlamentares e Candidatos

A participação de parlamentares em audiências públicas, seminários, fóruns e demais eventos institucionais da ANTT é compatível com o regime democrático e com a natureza participativa dos processos regulatórios.

Parlamentares que não sejam candidatos

- Podem participar normalmente.

Podem:

- manifestar opiniões;
- apresentar contribuições;
- participar de debates e,
- formular questionamentos.

Candidatos

A participação pode ocorrer apenas quando compatível com a natureza pública do evento.

Entretanto, é vedado:

- pedir votos;
- realizar campanha eleitoral;
- utilizar slogans eleitorais;
- promover candidaturas e,
- utilizar a estrutura da ANTT como plataforma de exposição eleitoral.

8

Diretores e Superintendentes

Compete aos dirigentes da ANTT preservar a neutralidade institucional do evento.

Caso haja desvio de finalidade, *deverão*:

- advertir o participante;
- registrar o ocorrido em ata;
- interromper manifestações eleitorais;
- adotar medidas para impedir a continuidade da irregularidade.

A omissão diante de propaganda eleitoral realizada em ambiente institucional pode gerar questionamentos pelos órgãos de controle.

9. LEILÕES DE CONCESSÃO DA ANTT EM ANO ELEITORAL

9.1 Leilões de concessão rodoviária e ferroviária

Diretrizes de Compliance Eleitoral para Eventos Realizados na B3 e em Outros Ambientes Institucionais.

Os leilões de concessão promovidos pela ANTT constituem atos administrativos obrigatórios, vinculados a processos regulatórios, editais públicos e políticas de infraestrutura previamente aprovadas pelo Poder Público.

Diferentemente das inaugurações de obras públicas, os leilões não são proibidos durante o período eleitoral.

A realização de leilões pode ocorrer normalmente, inclusive durante o período de defeso eleitoral, desde que observados os princípios da legalidade, impessoalidade, neutralidade institucional e estrita finalidade administrativa.

Contudo, por envolverem investimentos bilionários, ampla cobertura da imprensa, presença de autoridades e forte repercussão política, os leilões representam uma das atividades de maior sensibilidade eleitoral para a ANTT.

O risco não está na realização do leilão em si.

O risco está na forma como o evento é conduzido, comunicado e explorado institucionalmente.

9

9.2 Princípio orientador

O leilão deve ser tratado como:

- ato administrativo;
- procedimento regulatório;
- instrumento de contratação pública e,
- evento técnico de mercado.

Jamais como:

- celebração política;
- prestação de contas de governo;
- demonstração de sucesso de gestão e,
- plataforma de promoção institucional ou pessoal.

*A comunicação da ANTT deve enfatizar **sempre**:*

- segurança jurídica;
- concorrência;
- investimentos previstos;
- benefícios regulatórios e,
- resultados objetivos do certame.

***Nunca** a atuação de determinada autoridade ou governo.*

9.3 O que é permitido?

Realização normal dos leilões.

9

É plenamente permitido:

- realizar os leilões previstos em edital;
- manter o cronograma originalmente aprovado;
- realizar sessões públicas na B3;
- transmitir os eventos ao vivo;
- divulgar os resultados do certame;
- divulgar os vencedores;
- divulgar valores ofertados;
- divulgar investimentos previstos;
- divulgar informações técnicas do projeto e,
- conceder entrevistas técnicas à imprensa.

9.4 Participação de autoridades

Podem participar:

- Diretores da ANTT;
- Superintendentes da ANTT;
- representantes do Ministério dos Transportes;
- representantes do Governo Federal;
- representantes da B3;
- representantes de órgãos de controle;
- concessionárias e,
- investidores.

A presença institucional dessas autoridades decorre da própria natureza do evento.

9

9.5 Discursos técnicos

São permitidos discursos que tratem de:

- modelagem regulatória;
- estrutura do projeto;
- investimentos contratados;
- indicadores de desempenho;
- segurança jurídica;
- benefícios logísticos e,
- cronograma de execução.

Exemplo adequado:

“O projeto prevê R\$ 12 bilhões em investimentos ao longo da concessão, abrangendo duplicações, dispositivos de segurança e melhorias operacionais.”

9.6 O que não pode?

Transformar o leilão em evento político.

É vedado utilizar o leilão para:

- promoção de governo;
- promoção de autoridades;
- prestação de contas de gestão;
- propaganda institucional;
- comparação entre governos.

Exemplos inadequados:

“Este governo realizou mais concessões do que todos os anteriores.”

“Estamos corrigindo décadas de abandono.”

“Nunca se investiu tanto quanto agora.”

“Esse é o maior legado da atual gestão.”

Esse tipo de discurso possui potencial de caracterização de promoção institucional e publicidade eleitoral indireta.

9.7 Participação de candidatos

Regra prática da ANTT

Se uma autoridade for candidata nas eleições de 2026:

- o risco jurídico aumenta significativamente.

Embora a vedação legal expressa recaia sobre inaugurações de obras públicas, e não sobre leilões, a ANTT deve adotar postura de máxima cautela institucional.

Recomenda-se:

- evitar protagonismo de candidatos;
- evitar discursos políticos;
- evitar entrevistas exclusivas;
- evitar cerimônias personalizadas e,
- evitar exploração eleitoral do evento.

9

Caso o candidato compareça:

- não deve receber tratamento privilegiado;
- não deve monopolizar falas;
- não deve utilizar a estrutura do evento para campanha;
- não deve realizar pedido de votos;
- não deve utilizar slogans eleitorais.

9.8 Comunicação e cobertura da AESRIC

O que pode ser divulgado?

A AESRIC pode divulgar:

- abertura do certame;
- resultado do leilão;
- empresa vencedora;
- valor de outorga;
- investimentos previstos;
- extensão da rodovia ou ferrovia;
- benefícios operacionais.

Exemplo adequado:

“Leilão da BR-XXX atraiu cinco grupos econômicos e garantiu previsão de R\$ 15 bilhões em investimentos ao longo da concessão.”

9

*A cobertura deve registrar o evento.
Não deve celebrar o evento.*

O que deve ser evitado?

A comunicação não deve utilizar:

- tom comemorativo;
- tom épico;
- narrativa de legado;
- linguagem emocional e,
- superlativos.

Evitar expressões como:

- maior da história;
- marco histórico;
- feito inédito;
- conquista histórica;
- revolução logística e,
- legado para o Brasil.

9.9 Cobertura audiovisual

Baixo risco:

- transmissão institucional;
- registro documental;
- imagens da sessão de leilão;
- entrevistas técnicas e,
- imagens dos painéis e sistemas.

Alto risco:

- vídeos cinematográficos;
- trilhas épicas;
- vídeos de exaltação da gestão;
- cortes focados exclusivamente em autoridades;
- peças promocionais sobre o “sucesso do governo”.

9

9.10 Backdrops, painéis e identidade visual

Devem conter preferencialmente:

- logomarca da ANTT;
- logomarca da B3;
- identidade visual do projeto e,
- Brasão da República.

Devem ser evitados:

- slogans de governo;
- frases promocionais;
- mensagens de caráter político e,
- elementos de campanha.

9.11 Entrevistas à imprensa

Permitidas:

Diretores e superintendentes podem conceder entrevistas.

Entretanto, as respostas devem limitar-se a:

- aspectos regulatórios;
- aspectos operacionais e,
- aspectos econômicos;
- benefícios do projeto.

Não devem abordar:

- cenário eleitoral;
- comparações políticas e,
- candidatos;
- avaliações de governo.

9

Caso questionados sobre temas políticos, a orientação institucional é:

“A ANTT não se manifesta sobre questões político-eleitorais. Nossa atuação é estritamente regulatória e técnica.”

9.12 Matriz de risco - Leilões

Situação	Nível de Risco
Divulgação técnica do resultado	Baixo
Entrevista técnica sobre investimentos	Baixo
Transmissão institucional do leilão	Baixo
Presença institucional de autoridades	Médio
Discurso com tom celebrativo	Alto
Comparação entre governos	Alto
Vídeo promocional exaltando gestão	Alto
Participação de candidato com discurso político	Crítico
Uso do leilão como ato de campanha	Crítico

9

9.13 Diretriz Final

Os leilões da ANTT podem ocorrer normalmente durante todo o período eleitoral.

O objetivo institucional deve ser demonstrar transparência, segurança jurídica, competitividade e eficiência regulatória.

A linha divisória é simples:

A ANTT pode comunicar o leilão.

A ANTT não pode transformar o leilão em propaganda de governo, de gestão ou de qualquer agente político.

10. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

A publicidade institucional constitui uma das matérias mais rigorosamente controladas pela legislação eleitoral.

10.1 O que é Publicidade Institucional?

Publicidade institucional é toda ação de comunicação promovida ou financiada pela Administração Pública destinada a divulgar ações, programas, obras, investimentos, resultados, campanhas, realizações ou iniciativas governamentais perante a sociedade.

A caracterização da publicidade institucional não depende apenas da contratação de mídia.

Também podem configurar publicidade institucional:

- vídeos;
- campanhas digitais;
- peças gráficas;
- outdoors;
- spots de rádio;
- conteúdos patrocinados;
- campanhas em redes sociais;
- publicações comemorativas e,
- materiais audiovisuais produzidos para divulgação pública.

A Justiça Eleitoral analisa não apenas o formato utilizado, mas principalmente a finalidade da comunicação.

Em regra, *será considerada publicidade institucional* toda comunicação que busque:

- divulgar realizações;
- valorizar ações governamentais;
- destacar investimentos;
- evidenciar resultados;
- promover entregas e,
- fortalecer a imagem institucional perante a sociedade.

10

Por essa razão, durante o período de defeso eleitoral, a comunicação da ANTT deve priorizar:

- prestação de serviço;
- orientação ao cidadão;
- informações operacionais;
- transparência obrigatória;
- comunicações de interesse público.

Quanto maior o potencial promocional da mensagem, maior o risco eleitoral associado.

10.2 Exceções

Podem subsistir:

- campanhas educativas indispensáveis;
- campanhas de utilidade pública;
- comunicações emergenciais e,
- informações essenciais à população.

10.3 O que deve ser suspenso?

Devem ser suspensos:

- campanhas promocionais;
- vídeos comemorativos;
- retrospectivas;
- campanhas de imagem;
- peças de valorização institucional e,
- publicidade de entregas.

11. IMPRENSA E RELAÇÃO COM A MÍDIA

O relacionamento institucional com a imprensa permanece permitido.

Entretanto, deve observar:

- objetividade;
- caráter técnico;
- impessoalidade e,
- interesse público.

11.1 O que não deve ocorrer?

Não deve ocorrer:

- autopromoção;
- exaltação de gestão;
- discurso político;
- comparação entre governos e,
- linguagem eleitoral.

11.2 A ANTT pode conceder entrevistas, publicar artigos e divulgar notas à imprensa?

Sim.

A legislação eleitoral não impede a atuação institucional da Agência perante a imprensa.

A ANTT pode:

- conceder entrevistas;
- responder demandas jornalísticas;
- divulgar notas oficiais;
- publicar artigos técnicos;
- emitir posicionamentos institucionais e,
- participar de programas, seminários e debates de caráter técnico.

Entretanto, toda manifestação pública deve observar os princípios da impessoalidade, neutralidade e interesse público.

11

Não devem constar:

- exaltação de governos;
- promoção de dirigentes;
- comparações entre gestões;
- referências eleitorais;
- críticas ou elogios a candidatos;
- discursos com potencial de repercussão político-partidária.

Artigos, entrevistas e notas institucionais devem concentrar-se exclusivamente em aspectos regulatórios, técnicos, operacionais e de interesse público relacionados às competências legais da ANTT.

12. EVENTOS ESPORTIVOS, PREMIAÇÕES E AÇÕES INSTITUCIONAIS

Eventos esportivos e premiações demandam cautela elevadíssima.

12.1 Corridas institucionais e distribuição de brindes

A distribuição gratuita de bens, brindes ou benefícios custeados pelo poder público representa elevado risco jurídico em ano eleitoral.

Devem ser evitados:

- kits promocionais;
- medalhas personalizadas;
- ações de marketing institucional e,
- eventos com caráter promocional.

12.2 Premiações

Premiações institucionais devem:

- possuir finalidade técnica;
- evitar exploração midiática;
- evitar personalização e,
- evitar presença política excessiva.

A recomendação institucional é priorizar:

- sobriedade;
- discricção e,
- caráter técnico.

13. RELACIONAMENTO COM CONCESSIONÁRIAS E PARCEIROS

A ANTT deve adotar cautela redobrada em ações conjuntas com:

- concessionárias;
- operadores privados e,
- permissionárias;
- parceiros institucionais.

13

13.1 Principais riscos

Representam elevado risco:

- exploração política de investimentos;
- eventos promocionais conjuntos e,
- marketing compartilhado;
- associação de autoridades a entregas privadas.

A marca da ANTT não pode validar ações político-promocionais de terceiros.

14. MATRIZ ESTRATÉGICA DE RISCO ELEITORAL

Situação	Nível de Risco	Diretriz
Vídeo institucional centrado em dirigente	Alto	<i>Evitar</i>
Post comemorativo de obra	Alto	<i>Proibido tom celebrativo</i>
Campanha educativa	Médio	<i>Justificar utilidade pública</i>
Audiência pública técnica	Baixo	<i>Manter caráter regulatório</i>
Entrevista técnica	Baixo	<i>Evitar opiniões políticas</i>
Evento esportivo institucional	Médio	<i>Evitar exploração eleitoral</i>
Impulsionamento institucional após 4 de julho	Crítico	<i>Exige análise jurídica</i>
Presença de candidato em inauguração	Crítico	<i>Vedado</i>
Reels emocionais sobre entregas	Alto	<i>Evitar</i>
Divulgação técnica de fiscalização	Baixo	Permitido

15. CHECKLIST OBRIGATÓRIO DA AESRIC

Nenhum material, evento, campanha, release ou ação institucional deve avançar sem validação prévia dos seguintes pontos:

- Existe interesse público claramente demonstrável?
- O conteúdo possui caráter técnico e impessoal?
- Há risco de promoção pessoal?
- Existe exposição excessiva de autoridade?
- Há slogans, marcas de governo ou narrativa política?
- O material possui tom comemorativo?
- Existe potencial de interpretação eleitoral?
- Há impulsionamento institucional envolvido?
- O evento possui risco de palanque político?
- Houve avaliação jurídica quando necessária?

Caso exista dúvida relevante, o processo deve ser submetido imediatamente à Procuradoria Federal junto à ANTT.

16. GOVERNANÇA E FLUXO INTERNO

Toda ação institucional estratégica deve observar fluxo preventivo mínimo:



17. CONSEQUÊNCIAS DO DESCUMPRIMENTO

O descumprimento das normas eleitorais pode gerar:

- multas eleitorais;
- reconhecimento de conduta vedada;
- abuso de poder político;
- improbidade administrativa;
- responsabilização disciplinar;
- danos reputacionais;
- cassação de registro ou diploma de beneficiários e,
- responsabilização institucional perante órgãos de controle.

18. DIRETRIZ FINAL DA ANTT

A principal diretriz institucional da ANTT em período eleitoral é a prudência máxima.

Na dúvida:

- deve prevalecer a interpretação mais conservadora;
- deve-se reduzir exposição desnecessária;
- deve-se priorizar neutralidade institucional e,
- deve-se consultar previamente a Procuradoria Federal junto à ANTT e/ou à AESRIC.

A observância rigorosa das regras eleitorais constitui medida indispensável para:

- proteger a credibilidade da Agência;
- preservar a neutralidade administrativa;
- assegurar segurança jurídica;
- garantir conformidade constitucional;
- proteger a legitimidade institucional da ANTT e,
- preservar a confiança da sociedade brasileira na atuação regulatória da Agência.

19. PERGUNTAS E RESPOSTAS – GUIA DEFINITIVO DA ANTT PARA O PERÍODO ELEITORAL – FAQ

19.1 A ANTT pode continuar publicando normalmente nas redes sociais?

Sim. A ANTT não interrompe sua atuação institucional durante o período eleitoral.

Entretanto, a forma da comunicação muda substancialmente.

As publicações devem:

- possuir caráter técnico;
- priorizar utilidade pública;
- evitar tom comemorativo;
- evitar protagonismo de autoridades;
- evitar linguagem de campanha e,
- evitar estética promocional.

O maior risco não está necessariamente no tema da publicação, mas na forma como ela é construída.

Uma mesma pauta pode ser:

- legítima e segura, se apresentada de forma técnica e impessoal e,
- irregular e arriscada, se apresentada de forma celebrativa e personalista.

19.2 A ANTT pode divulgar fiscalizações?

Sim. Fiscalizações fazem parte da atividade finalística da Agência.

Todavia, a divulgação deve:

- focar na operação;
- priorizar dados técnicos;
- evitar promoção de dirigentes;
- evitar linguagem de “grande ação de governo” e,
- evitar espetacularização da fiscalização.

Exemplo seguro:

“ANTT realiza operação de fiscalização em rodovias federais com foco em segurança viária.”

Exemplo inadequado:

“ANTT intensifica maior operação da história sob liderança da atual gestão.”

19.3 A ANTT pode divulgar entregas, investimentos e obras?

Pode, mas com cautela extremamente elevada.

Esse é um dos temas de maior risco eleitoral.

Quanto maior:

- a repercussão;
- a exposição de autoridades;
- o tom comemorativo;
- a produção audiovisual;
- a narrativa de transformação e,
- a associação da entrega a dirigentes,

maior será o risco jurídico.

Deve-se evitar:

- vídeos épicos;
- trilhas emocionais;
- discursos celebrativos;
- contagem de investimentos em tom político;
- narrativa de legado e,
- estética de campanha.

19.4 A ANTT pode produzir vídeos institucionais?

Sim, desde que estritamente necessários e com perfil técnico.

19

Vídeos de menor risco:

- orientação ao usuário;
- campanhas educativas;
- alertas operacionais;
- informações técnicas e,
- tutoriais.

Vídeos de maior risco:

- institucionais cinematográficos;
- vídeos emocionais;
- vídeos comemorativos;
- vídeos com foco em dirigentes e,
- retrospectivas de gestão.

O TSE analisa:

- edição;
- trilha sonora;
- narrativa;
- enquadramentos;
- frequência de exposição e,
- tom emocional.

19.5 A ANTT pode mostrar dirigentes nas redes sociais?

Pode, mas apenas quando houver necessidade institucional legítima.

A imagem da autoridade não pode se tornar o centro da comunicação pública.

Deve-se evitar:

- closes excessivos;
- repetição constante;
- *thumbnails* centradas na autoridade;
- falas emocionais;
- exposição reiterada e,
- vídeos personalistas.

A recomendação institucional é:

priorizar infraestrutura, serviço público, operação, fiscalização e interesse coletivo.

19.6 A ANTT pode realizar eventos?

Sim. Eventos técnicos, regulatórios e institucionais podem continuar normalmente.

Entretanto, eventos representam uma das áreas mais sensíveis em período eleitoral.

O risco aumenta quando há:

- forte cobertura midiática;
- presença intensa de autoridades;
- tom festivo;
- caráter celebrativo;
- discurso político e,
- exploração visual promocional.

19.7 A ANTT pode realizar seminários e *workshops*?

Sim. Seminários, fóruns e workshops técnicos podem ocorrer normalmente.

Todavia:

- devem possuir finalidade institucional legítima;
- devem evitar discursos políticos e,
- devem preservar caráter técnico.
- devem evitar estética promocional;

19.8 A ANTT pode realizar audiência pública?

Sim. Audiências públicas integram o núcleo regulatório da Agência e podem ocorrer normalmente.

Porém:

- devem manter neutralidade;
- devem evitar exploração política;
- devem garantir tratamento isonômico e,
- devem preservar finalidade regulatória.

19.9 Parlamentares e candidatos podem participar de eventos da ANTT?

Sim, mas existem diferenças importantes.

Parlamentares que não sejam candidatos

Podem participar normalmente de:

- audiências públicas;
- seminários;
- workshops;
- fóruns;
- reuniões institucionais;
- eventos regulatórios.

Sua participação deve respeitar a finalidade institucional do evento.

Candidatos

A participação exige cautela significativamente maior.

Embora a simples presença nem sempre seja proibida, o candidato não pode:

- realizar campanha;
- pedir votos;
- utilizar slogans eleitorais;
- distribuir material de campanha;
- utilizar a estrutura da ANTT para promoção pessoal.

Além disso, candidatos *não podem* participar de inaugurações de obras públicas nos três meses anteriores ao pleito.

Papel da ANTT

Compete à Agência assegurar que seus eventos mantenham caráter:

- técnico;
- institucional;
- regulatório;
- impessoal.

Caso haja utilização político-eleitoral do evento, a organização deverá adotar medidas imediatas para restabelecer a finalidade institucional e preservar a neutralidade da ANTT.

19.10 A ANTT pode realizar inaugurações?

Esse é um dos temas mais críticos da legislação eleitoral.

Nos três meses anteriores ao pleito:

- candidatos não podem participar de inaugurações de obras públicas.

Além disso, mesmo fora desse período:

- deve-se evitar exploração política;
- deve-se evitar tom celebrativo.
- deve-se evitar espetacularização e,

19.11 Pode haver cobertura audiovisual de inaugurações?

Pode, mas com extremo cuidado.

Alto risco:

- drones cinematográficos;
- discursos políticos e,
- trilhas emocionais;
- estética de campanha.
- narrativa épica;

Menor risco:

- cobertura técnica;
- linguagem objetiva e,
- imagens operacionais;
- foco em serviço público.

19.12 A ANTT pode conceder entrevistas?

Sim. Entrevistas permanecem permitidas.

Entretanto:

- devem possuir caráter técnico;
- devem priorizar interesse público e,
- devem evitar promoção pessoal.

Não deve ocorrer:

- exaltação de gestão;
- comparação política;
- linguagem eleitoral e,
- construção de imagem pessoal.

19.13 A ANTT pode impulsionar publicações?

Impulsionamento institucional em período eleitoral exige cautela máxima. Mesmo conteúdos aparentemente legítimos podem se tornar problemáticos quando há ampliação artificial de alcance.

Quanto mais promocional o conteúdo, maior o risco do impulsionamento.

A recomendação institucional é:

- restringir impulsionamentos;
- evitar campanhas de imagem.
- priorizar utilidade pública e,

19.14 A ANTT pode divulgar campanhas educativas?

Sim.

Campanhas educativas são permitidas, especialmente quando:

- indispensáveis;
- relacionadas à segurança;
- relacionadas ao interesse coletivo e,
- vinculadas à proteção do usuário.

Entretanto:

- devem evitar tom promocional;
- devem evitar estética eleitoral e,
- devem evitar protagonismo político.

19.15 A ANTT pode divulgar resultados da gestão?

Esse tema exige cautela elevadíssima.

A divulgação de resultados institucionais pode ser interpretada como:

- promoção institucional;
- publicidade irregular e,
- prestação de contas com viés eleitoral.

Alto risco:

- “maior investimento da história”
- “gestão que mais entregou”
- “marco histórico”

Menor risco:

- dados técnicos;
- relatórios regulatórios obrigatórios e,
- informações estritamente operacionais.

19.16 A ANTT pode utilizar slogans?

Não é recomendável. Slogans representam elevado risco eleitoral.

Especialmente:

- slogans de gestão;
- frases de valorização institucional e,
- conceitos de campanha;
- expressões de transformação.

A comunicação deve ser sóbria, técnica e neutra.

19.17 A ANTT pode fazer retrospectivas institucionais?

Retrospectivas representam altíssimo risco em ano eleitoral.

Principalmente quando:

- exaltam entregas;
- utilizam narrativa emocional e,
- valorizam gestão;
- associam resultados a dirigentes.

A recomendação institucional é evitar.

19.18 A ANTT pode realizar corrida institucional?

Pode, desde que:

- exista finalidade institucional legítima;
- não haja exploração político-eleitoral;
- não exista promoção de autoridades e,
- não haja estética de campanha.

Deve-se evitar:

- entrega personalizada de medalhas;
- protagonismo político;
- discursos eleitorais e,
- materiais promocionais.

19.19 A ANTT pode divulgar parcerias com concessionárias?

Pode, mas com cautela.

A comunicação não pode:

- transformar investimentos em propaganda política;
- associar entregas a dirigentes e,
- criar narrativa de valorização eleitoral.

O foco deve permanecer:

- regulatório;
- técnico e,
- operacional.

19

19.20 Qual a principal diretriz da ANTT em período eleitoral?

A principal diretriz é:

Prudência Institucional máxima.

Na dúvida:

- deve prevalecer a interpretação mais conservadora;
- deve-se reduzir exposição;
- deve-se priorizar interesse público;
- deve-se evitar personalização e,
- deve-se consultar previamente a Procuradoria Federal junto à ANTT e/ou à AESRIC.

A proteção da credibilidade institucional da Agência deve prevalecer sobre qualquer estratégia de visibilidade institucional.

AESRIC

Assessoria Especial de Relações
Internacionais, Internacionais e de
Comunicação



