

# CARTILHA ELEITORAL SETORIAL

Conduta ética  
e conformidade eleitoral  
no setor de infraestrutura  
Junho de 2026



**FÓRUM**  
DE INTEGRIDADE  
DA INFRAESTRUTURA



**ABCR** - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE CONCESSIONÁRIAS DE RODOVIAS

**ANPTILHOS** - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS  
TRANSPORTADORES DE PASSAGEIROS SOBRE TRILHOS

**ABCON SINDCON** - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA E SINDICATO  
NACIONAL DAS CONCESSIONÁRIAS PRIVADAS DE SERVIÇOS

**ABPR** - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE  
CONCESSIONÁRIAS AEROPORTUÁRIAS

**ABTP** - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DOS TERMINAIS PORTUÁRIOS

**ANTF** - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS  
TRANSPORTADORES FERROVIÁRIOS

**ANEOR** - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS  
EMPRESAS DE OBRAS RODOVIÁRIAS

**MOVEINFRA** - MOVIMENTO DA INFRAESTRUTURA

Elaborado por:



## Sumário

Introdução .....	3
Marcos normativos .....	5
Pilares – quatro pilares que devem guiar a conduta da pessoa jurídica em relação às eleições .....	6
SEÇÃO 1 – Ambiente de trabalho e assédio eleitoral .....	7
SEÇÃO 2 – Redes sociais e comunicação corporativa .....	10
SEÇÃO 3 – Relacionamento com agentes públicos no período eleitoral .....	13
SEÇÃO 4 – Doações e uso de bens por candidatos, agentes públicos ou terceiro setor .....	18
SEÇÃO 5 – Hospitalidades, brindes, benefícios e presentes .....	27
SEÇÃO 6 – Monitoramento e Controles de Conformidade .....	29

## Introdução

O período eleitoral impõe desafios particulares às empresas, especialmente àquelas que atuam em setores altamente regulados, com intensa interação com o Poder Público e relevante exposição institucional, como é o caso do setor de infraestrutura.

**Nesse contexto, ainda que as pessoas jurídicas não participem do processo eleitoral como eleitoras, candidatas ou financiadoras de campanhas, suas condutas podem ser analisadas sob a ótica da integridade, da neutralidade institucional, da prevenção à corrupção, da legislação eleitoral, das regras trabalhistas e das expectativas sociais aplicáveis à atuação empresarial.**

Esta cartilha foi elaborada com o objetivo de oferecer orientações práticas às empresas do setor de infraestrutura para a condução de suas atividades durante o período eleitoral, contribuindo para a prevenção de riscos jurídicos, reputacionais e de integridade. **Mais do que reproduzir proibições legais já conhecidas, o documento busca apoiar a tomada de decisão em situações cotidianas que frequentemente se apresentam como zonas de dúvida — ou “áreas cinzentas” — nas quais uma conduta formalmente permitida pode, a depender do contexto, gerar questionamentos por autoridades, órgãos de controle, imprensa, colaboradores, usuários ou demais *stakeholders*.**

A proposta é estabelecer um conjunto de boas práticas que auxilie as associações que compõe o Fórum de Integridade da Infraestrutura (FII) e as empresas a elas associadas a preservarem sua neutralidade institucional, respeitar os direitos políticos individuais de seus colaboradores e executivos, evitar qualquer aparência de apoio eleitoral por parte da pessoa jurídica. Nesse mesmo sentido, visa apoiar na mitigação de riscos associados à interação com agentes públicos, candidatos, partidos políticos, entidades do terceiro setor, associações, órgãos públicos e usuários dos serviços prestados.

As orientações aqui reunidas consideram que o período eleitoral não elimina a necessidade de continuidade das atividades empresariais, nem impede, por si só, a manutenção de relações institucionais legítimas com o Poder Público. Empresas de infraestrutura continuam obrigadas a operar serviços essenciais, comunicar-se com usuários, executar contratos, entregar obras, participar de eventos, atender demandas regulatórias e, em determinados casos, responder a situações emergenciais. **O ponto central, portanto, não é paralisar a atuação empresarial, mas assegurar que ela ocorra com cautela reforçada, motivação legítima, documentação adequada, isonomia, transparência e aderência às políticas internas de integridade.**

As recomendações apresentadas neste documento devem ser interpretadas como parâmetros gerais de conduta e de governança, a serem aplicados de acordo com as características, riscos, políticas internas e realidades operacionais de cada empresa. **A cartilha não pretende esgotar todos os cenários possíveis, mas oferecer um referencial comum para apoiar decisões consistentes, prudentes e alinhadas às melhores práticas de integridade no setor de infraestrutura.**

**É importante também indicar que a cartilha se dispõe a ser um guia de boas práticas, e não tem a pretensão de se equiparar a um regulamento legal. Nesse sentido, cabe pontuar que o descumprimento das orientações dessa cartilha não deve ser automaticamente**

**interpretado como um ilícito, mas sim como uma decisão corporativa compatível com o apetite ao risco da empresa e orientada à mitigação de riscos jurídicos e reputacionais.**

Em última análise, o propósito desta cartilha é contribuir para que as associações integrantes do FII e as empresas a ela associadas atravessem o período eleitoral com segurança, responsabilidade e previsibilidade, reforçando seu compromisso com a integridade, a ética, a legalidade, a transparência e a confiança pública.

**Boa leitura!**

## **Marcos normativos**

**Lei 12.846/2013-Lei Anticorrupção:** responsabilidade objetiva da pessoa jurídica por atos lesivos à Administração.

**Res. CSJT 355/2023:** Prevenção e enfrentamento ao assédio eleitoral no ambiente de trabalho.

**Res. TSE 23.610/2019:** Propaganda eleitoral, com alterações da Res. TSE 23.755/2026, proíbe a propaganda eleitoral em ambiente de trabalho.

**ADI STF nº 4.650:** Declarou a inconstitucionalidade da doação de pessoas jurídicas a partidos políticos e campanhas eleitorais no Brasil.

**Portaria CGU nº 3.032/2025:** Enunciados que uniformizam entendimentos sobre a responsabilização administrativa no âmbito da Lei Anticorrupção.

**Lei 9.504/1997:** Lei das Eleições. Condutas vedadas a agentes públicos, propaganda, arrecadação e gastos.

**Lei 4.737/1965:** Código Eleitoral. Crimes eleitorais (Capítulo 2) e propaganda.

**Lei Complementar nº 64/90:** Lei define casos de inelegibilidade e seus prazos de cessação.

**Lei nº 9.096/95:** Lei de partidos políticos.

## **Pilares – quatro pilares que devem guiar a conduta da pessoa jurídica em relação às eleições**

A atuação empresarial em períodos eleitorais exige atenção reforçada às práticas de integridade, governança e relacionamento institucional. Nesse cenário, a cartilha propõe um conjunto de pilares de conduta destinados a orientar decisões corporativas de forma prática e preventiva. **Esses pilares não têm o objetivo de substituir a análise jurídica de casos concretos, mas de oferecer parâmetros comuns para que as empresas possam atuar com maior segurança, preservar sua neutralidade institucional e reduzir riscos legais, reputacionais e de integridade durante o período eleitoral.**

A aplicação desses pilares deve considerar a realidade operacional de cada empresa, seu grau de exposição ao Poder Público, suas políticas internas e os riscos específicos de suas atividades. Em caso de dúvida, recomenda-se privilegiar a cautela, a transparência, a documentação das decisões e o envolvimento das áreas responsáveis por compliance, jurídico ou integridade.

### **VEDAÇÃO À DOAÇÃO ELEITORAL PELA PESSOA JURÍDICA**

- Empresas não podem realizar doações eleitorais, direta ou indiretamente. Essa vedação não se limita ao repasse de recursos financeiros: também pode abranger a cessão de bens, serviços, estruturas, veículos, espaços, materiais ou qualquer outro benefício que tenha valor econômico e possa ser associado a uma candidatura.

### **PREVENÇÃO AO ASSÉDIO ELEITORAL**

- O segundo pilar consiste na prevenção ao assédio eleitoral no ambiente de trabalho. A empresa, seus administradores, gestores e lideranças não devem constranger, pressionar, induzir ou direcionar colaboradores, terceiros ou prestadores de serviço quanto ao exercício de seus direitos políticos, incluindo voto, apoio, manifestação pública ou doação eleitoral

### **VEDAÇÃO À VANTAGEM INDEVIDA A AGENTES PÚBLICOS**

- O terceiro pilar é a prevenção de qualquer vantagem indevida a agentes públicos. Durante o período eleitoral, interações legítimas com o Poder Público podem se tornar mais sensíveis, sobretudo em setores regulados e intensivos em contratos públicos, como infraestrutura. Atos como convites para eventos, concessão de hospitalidades, entrega de brindes, doações a órgãos públicos, apoio a projetos sociais ou cessão de materiais devem ser avaliados com cautela reforçada

### **VEDAÇÃO À PROPAGANDA ELEITORAL NO AMBIENTE DE TRABALHO**

- O quarto pilar é a vedação ao uso da estrutura, dos recursos ou dos canais da empresa para propaganda eleitoral. Isso inclui bens corporativos, veículos, uniformes, instalações, sistemas, redes sociais institucionais, sites, eventos, praças de pedágio, aeroportos, obras, comunicações ao usuário e demais espaços vinculados à atividade empresarial.

## SEÇÃO 1 – Ambiente de trabalho e assédio eleitoral

---

### **Assédio eleitoral, o que é?**

**O assédio eleitoral ocorre quando há constrangimento, pressão, ameaça, indução abusiva ou qualquer forma de interferência indevida sobre a liberdade política de colaboradores, terceiros, prestadores de serviço ou demais pessoas vinculadas ao ambiente de trabalho. A proteção da liberdade de voto, de manifestação, de não manifestação, de filiação, de apoio político e de doação eleitoral individual deve ser compatibilizada com a obrigação da empresa de manter neutralidade institucional e ambiente de trabalho livre de intimidações.**

No contexto empresarial, o assédio eleitoral não se limita a ordens expressas da alta administração. **Ele também pode ocorrer de forma velada, informal ou indireta, por meio de comentários de lideranças, reuniões operacionais, mensagens em grupos corporativos, brincadeiras, piadas e outras formas mais sutis, que ainda assim podem ser indevidas.**

Atenção especial deve ser dada à atuação de gestores, coordenadores, supervisores e lideranças intermediárias. Comentários feitos por pessoas em posição hierárquica podem ser percebidos como orientação institucional ou pressão sobre subordinados, ainda que formulados de maneira casual, durante almoço, intervalo, deslocamento, reunião informal ou conversa em grupo de mensagens. A intenção pessoal do gestor não elimina o risco de que a conduta seja interpretada como tentativa de influenciar o voto ou a manifestação política de sua equipe.

**Por isso, recomenda-se que a empresa comunique, de forma clara e preventiva os limites de manifestação político-eleitoral no ambiente de trabalho, os exemplos de condutas vedadas e os canais disponíveis para dúvidas e denúncias.**

### **O que mudou para 2026?**

Para as eleições de 2026, é evidente a necessidade de atenção redobrada considerando novos contornos que foram trazidos pela regulamentação do tema, a qual indica como vedada tanto a propaganda quanto o assédio moral no ambiente de trabalho, conforme abaixo.

#### **Inclusão do art. 19, §2º-A na Resolução nº 23.610/2019 do TSE:**

*Art. 19. Nos bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do poder público, ou que a ele pertençam, e nos bens de uso comum, inclusive postes de iluminação pública, sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus e outros equipamentos urbanos, é vedada a veiculação de propaganda de qualquer natureza, inclusive pichação, inscrição a tinta e exposição de placas, standartes, faixas, cavaletes, bonecos e assemelhados (Lei nº 9.504/1997, art. 37, caput).*

(...)

**§ 2º-A. É vedada a propaganda eleitoral ou o assédio eleitoral em ambiente de trabalho público ou privado, respondendo quem lhe der causa ou permitir sua ocorrência, nos termos da legislação vigente. (Incluído pela Resolução nº 23.755/2026)**

## O que pode e o que não pode no ambiente de trabalho

### PODE

- Conversar sobre política de forma respeitosa, sem coação.
- Divulgar que a empresa é apartidária.
- Promover campanhas de orientação sobre a importância do voto.
- Liberar colaborador em dia de eleição, conforme legislação.
- Estimular o uso de canais de denúncia e *compliance*.

### NÃO PODE

- Exigir voto, filiação ou participação em ato de campanha.
- Prometer ou aplicar prêmios/punições por voto.
- Pressionar por doação a determinado partido ou candidato, ainda que "voluntária".
- Usar cadeia de comando para orientar escolha eleitoral.
- Receber candidatos ou seus representantes nas dependências da empresa ou em espaço público concedido, no horário comercial ou não, para reuniões com empregados ou dirigentes para tratar de pedido de engajamento, de voto, de apoio ou para apresentação de propostas ou de promessas políticas.

### EXEMPLOS PRÁTICOS – CONDUTAS QUE PODEM SER CONSIDERADAS ABUSIVAS

- Supervisor operacional afirma, durante briefing de turno, que determinado candidato "é melhor para a empresa" ou que a eleição de outro candidato colocaria empregos em risco.
- Coordenador envia, em grupo de WhatsApp usado para escala ou operação, vídeo de campanha ou pedido de voto.
- Gestor comenta em refeitório, diante da equipe, que "quem vota em determinado candidato não deveria trabalhar aqui".
- Líder condiciona folga, troca de turno ou benefício informal à participação em carreata, comício ou evento de campanha.
- Equipe é convocada para foto ou vídeo com autoridade candidata durante visita institucional à obra, terminal ou trecho rodoviário.
- Trabalhador é pressionado a adesivar veículo próprio, usar broche, vestir cor de campanha ou divulgar conteúdo eleitoral em suas redes sociais.

### AMBIENTE DE TRABALHO TAMBÉM É DIGITAL

- Para fins de prevenção ao assédio eleitoral, o ambiente de trabalho inclui não apenas unidades físicas, escritórios, praças de pedágio, terminais, salas de operação, refeitórios e veículos corporativos, mas também canais digitais utilizados para fins profissionais.
- Isso inclui e-mails corporativos, grupos de WhatsApp ou aplicativos similares, intranet, ferramentas de gestão de escala, rádios operacionais, plataformas de atendimento, redes sociais corporativas, reuniões virtuais e quaisquer canais utilizados para comunicação profissional.

- O envio de propaganda eleitoral, memes ofensivos, pedidos de voto, convocações para atos de campanha, listas de doação, enquetes políticas ou mensagens de pressão nesses ambientes pode caracterizar conduta inadequada e deve ser evitado.

## FAQ — Dirigentes, colaboradores candidatos e comunicação pessoal

### **P. Colaborador quer se candidatar. Como proceder?**

R. Recomenda-se comunicação formal ao RH/Compliance, avaliação dos prazos de desincompatibilização quando aplicáveis, não utilização de equipamentos, tempo de trabalho, crachá, uniforme, veículo ou canais da empresa em campanha e regras claras para retorno após o pleito, sem retaliação.

### **P. Supervisor pediu que a equipe votasse em determinado candidato. É assédio?**

R. Sim. A conduta pode caracterizar assédio eleitoral, com risco de responsabilização trabalhista, eleitoral, criminal e reputacional.

### **P. Dirigente pode manifestar opinião política nas redes sociais?**

R. Sim, em perfil pessoal, com ressalva de que fala em nome próprio, sem logo, marca, papel timbrado, recursos ou canais da empresa.

## SEÇÃO 2 — Redes sociais e comunicação corporativa

---

Durante o período eleitoral, a comunicação institucional das empresas deve observar **cautela reforçada**. Redes sociais, entrevistas, notas à imprensa, publicações em sites, newsletters, vídeos, campanhas institucionais, materiais de eventos e manifestações de porta-vozes **podem ser interpretados como posicionamento da pessoa jurídica**, especialmente quando envolverem agentes públicos, obras, entregas, concessões, investimentos, políticas públicas ou temas sensíveis ao debate eleitoral.

**A comunicação corporativa deve permanecer técnica, objetiva e voltada à prestação de informações de interesse público, regulatório, operacional, institucional ou de utilidade aos usuários dos serviços.**

**Esse cuidado é especialmente relevante para empresas de infraestrutura, que mantêm relação contínua com o Poder Público, operam serviços essenciais e possuem alta visibilidade perante usuários, reguladores, imprensa, autoridades e comunidades locais.** Conteúdos aparentemente neutros — como divulgação de obras, entregas, visitas institucionais, reuniões com autoridades, imagens de agentes públicos, uso de logomarcas governamentais, slogans, cores ou marcas de gestão — podem gerar risco de associação político-eleitoral, a depender do momento, do contexto e da forma de divulgação.

**A orientação geral é que toda comunicação institucional em período eleitoral seja avaliada não apenas pelo seu conteúdo formal, mas também pela percepção que pode gerar. Deve-se considerar quem aparece, qual mensagem é transmitida, qual canal será utilizado, se haverá impulsionamento, se há elemento visual associado a governo, gestão ou campanha, se o conteúdo pode beneficiar agente público ou candidato e se a publicação seria igualmente adequada em contexto não eleitoral.**

Por isso, recomenda-se que a empresa estabeleça previamente fluxos de aprovação, mensagens-chave, critérios de revisão de conteúdo e orientações específicas para porta-vozes, dirigentes e equipes de comunicação. Em caso de dúvida, a publicação, entrevista ou manifestação deve ser submetida à Comunicação, ao Jurídico, ao Compliance ou à área responsável antes de sua divulgação.

### **Redes sociais, imprensa e porta-vozes**

- Perfis corporativos e institucionais: conteúdo técnico e focado no usuário do serviço.
- Dirigentes em perfis pessoais: posicionamentos individuais, sem vinculação institucional e com ressalva expressa.
- Porta-vozes credenciados: pauta técnica, evitam temas político-eleitorais e conduzem entrevistas com apoio de comunicação.

### **O que pode e o que não pode**

## PODE

- Divulgar informações técnicas, operacionais, regulatórias ou de utilidade pública.
- Publicar orientações aos usuários sobre funcionamento dos serviços, segurança, tráfego, obras, manutenção, contingências e canais de atendimento.
- Conceder entrevistas sobre temas técnicos, desde que com porta-voz autorizado e briefing prévio.
- Divulgar posicionamentos setoriais baseados em dados e relacionados à infraestrutura.
- Adotar protocolo de mídia, com definição clara sobre quem pode falar em nome da empresa, sobre quais temas e mediante quais aprovações.
- Utilizar mensagens-chave setoriais sobre concessões, investimentos, segurança, eficiência operacional, inovação, sustentabilidade e qualidade do serviço, desde que sem conotação político-eleitoral.
- Usar ressalva em perfis pessoais de dirigentes, como: “opiniões pessoais, sem vinculação institucional”, quando aplicável.
- Promover campanhas cívicas de incentivo ao voto consciente, desde que apartidárias, sem direcionamento eleitoral e sem associação a candidato, partido ou campanha.

## NÃO PODE

- Curtir, repostar, impulsionar ou divulgar conteúdo eleitoral em perfil corporativo.
- Usar marca, logotipo, instalações, veículos, obras, uniformes ou canais da empresa em material de campanha.
- Publicar conteúdo que favoreça ou ataque candidato, partido, federação, coligação ou campanha.
- Permitir que porta-voz fale em nome da empresa para defender preferência eleitoral.
- Utilizar canais internos ou externos da empresa para mobilização eleitoral, pedido de voto, arrecadação, convocação para atos de campanha ou divulgação de material partidário.
- Associar entrega de obra, inauguração, melhoria operacional, investimento ou resultado contratual à promoção de agente público, candidato, partido, gestão ou campanha.
- Impulsionar conteúdo com conotação eleitoral, ainda que apresentado como institucional.

## NÃO RECOMENDÁVEL

- Entrevista sem briefing de Comunicação, Jurídico e/ou Compliance em ano eleitoral.
- Publicações com agentes públicos candidatos ou pré-candidatos sem análise prévia.
- Uso de fotos de entregas, inaugurações ou obras com destaque a autoridades em período sensível.
- Conteúdos com slogans, cores, marcas de gestão ou linguagem que possa ser associada à campanha.
- Manifestações eleitorais por dirigentes em perfis pessoais usados predominantemente para comunicação institucional.
- Repostagem, por dirigentes ou porta-vozes, de conteúdos eleitorais em perfis que também sejam utilizados para divulgar atividades da empresa.

## FAQ — Revisão de conteúdos institucionais em período eleitoral

**P. A empresa pode visitar posts, campanhas e materiais institucionais publicados antes ou durante o período eleitoral para garantir uma maior adesão às boas práticas?**

R. Sim. É recomendável que os conteúdos institucionais anteriores ou programados sejam revisitados para evitar associação indevida com candidato, partido, agente público ou campanha. A revisão pode abranger posts, campanhas, peças publicitárias, vídeos, fotos, logomarcas, slogans, cores, hashtags, impulsionamentos, materiais de eventos e conteúdo em canais internos ou externos.

- **Exemplo prático:**  
Campanha institucional antiga usa foto de entrega de obra com destaque a agente público que se tornou candidato, ou mantém logomarca/slogan associado à gestão pública. Ainda que o conteúdo tenha sido produzido antes, sua manutenção ou republicação, inclusive por terceiros, pode gerar risco de propaganda irregular ou associação político-partidária.
- **Como proceder:**  
Revisar conteúdos ativos, suspender publicações de risco, remover ou ajustar materiais com conotação eleitoral e submeter novas peças à análise de Comunicação/Jurídico/Compliance. Registrar as decisões de manutenção, ajuste ou remoção.

## **FAQ – Dirigentes, colaboradores candidatos e comunicação pessoal**

**P. A empresa pode impulsionar post institucional durante o período eleitoral?**

R. Conteúdo estritamente institucional e técnico pode ser avaliado caso a caso. Recomenda-se evitar impulsionamento que favoreça candidato, partido, gestão ou campanha e submeter o material à validação de Comunicação/Jurídico/Compliance.

**P. Vídeo com IA para campanha institucional pode ser usado em 2026?**

R. Sim, quando o conteúdo for institucional, técnico e não favorecer qualquer candidato ou partido. Quando houver síntese ou manipulação de voz, imagem ou vídeo, recomenda-se rotulagem clara e revisão prévia para evitar indução a erro ou associação político-eleitoral.

## SEÇÃO 3 – Relacionamento com agentes públicos no período eleitoral

---

### **Visitas, eventos, apoio operacional, interlocução institucional e entregas públicas**

Empresas do setor de infraestrutura mantêm relacionamento contínuo com agentes públicos, órgãos reguladores, fiscalizadores, concedentes, autoridades de segurança, órgãos ambientais, parlamentares, representantes do Poder Executivo e demais autoridades públicas. Essa interação é legítima e, em muitos casos, necessária para a adequada prestação dos serviços, cumprimento de contratos, atendimento a usuários, execução de obras, resposta a emergências, participação em audiências públicas e discussão de políticas públicas setoriais.

**Durante o período eleitoral, essas interações não precisam ser interrompidas, mas devem observar cautela reforçada. O mesmo ato que, em contexto ordinário, seria compreendido como uma agenda institucional regular pode, em ano eleitoral, ser interpretado como apoio a agente público, candidato, partido, gestão ou campanha, especialmente quando envolver visitas, eventos, inaugurações, entregas de obras, divulgação de investimentos, imagens públicas, discursos, logomarcas governamentais ou exposição em redes sociais.**

A orientação central é **separar, com clareza, a atuação institucional legítima da empresa de qualquer forma de engajamento político-eleitoral que possa ser configurada como uma tentativa de propaganda dentro do ambiente corporativo, suas dependências e instalações.** O relacionamento com agentes públicos deve ser pautado por finalidade técnica, registro documental, transparência, isonomia, profissionalismo, aderência às políticas internas e ausência de benefício pessoal, eleitoral ou partidário.

**A empresa deve avaliar não apenas a legalidade formal da interação, mas também seu contexto, momento, participantes, finalidade, forma de divulgação e percepção externa.** Em caso de dúvida razoável sobre a possibilidade de associação político-eleitoral, recomenda-se submeter previamente a agenda, convite, evento, visita ou comunicação ao Jurídico, Compliance, Comunicação ou área responsável.

### **Atenção especial – agentes públicos que também são candidatos**

Durante o período eleitoral, é comum que agentes públicos, autoridades, parlamentares, secretários, ministros, governadores, prefeitos ou outros representantes públicos estejam direta ou indiretamente envolvidos no processo eleitoral, seja como candidatos, pré-candidatos, apoiadores, coordenadores políticos ou figuras relevantes de campanha.

Esses casos merecem cautela reforçada. É recomendável que a empresa avalie a interação tem finalidade institucional real, se a presença da autoridade é necessária, se há risco de exposição eleitoral, se haverá imprensa, fotos, vídeos, discursos, divulgação em redes sociais ou uso posterior das imagens pela campanha.

A participação de autoridade pública em agenda institucional não deve envolver pedido de voto, comparação entre gestões, exaltação de realizações com tom eleitoral, uso de slogan de campanha, distribuição de material partidário ou associação da marca da empresa à candidatura.

### **VISITAS INSTITUCIONAIS**

Visitas de autoridades a rodovias, aeroportos, terminais, obras, centros de controle, áreas operacionais ou demais instalações podem ser legítimas quando motivadas por interesse institucional, regulatório, técnico, contratual, operacional ou de segurança. Antes da visita, recomenda-se avaliar:

- finalidade da agenda;
- autoridade ou órgão envolvido;
- eventual condição de candidato ou pré-candidato;
- participantes da empresa e do poder público;
- pauta e materiais a serem apresentados;
- possibilidade de registro em agenda oficial;
- presença de imprensa ou equipe de comunicação;
- uso de imagens, vídeos ou publicações;

### **Eventos e materiais institucionais**

- Eventos setoriais devem ter pauta técnica, caráter informativo e convites abertos de forma isonômica.
- Materiais institucionais não podem conter conteúdo de campanha, slogans, números ou imagens de candidatos, sendo vedada qualquer conotação política.
- Logomarcas, brasões, slogans, cores, marcas de gestão ou identidade visual de entes públicos em canais institucionais devem ser usados apenas quando houver justificativa contratual, regulatória, operacional ou técnica, sem promoção de agente público, candidato, partido, gestão ou campanha.
- Assinatura de contratos, inaugurações e entregas em ano eleitoral requerem cuidado redobrado de comunicação.

### **Atenção especial – inaugurações e falas públicas**

A presença de autoridades em inaugurações ou entregas públicas pode gerar risco eleitoral relevante, especialmente se houver discursos, imprensa, transmissão ao vivo, postagens em redes sociais, placas, banners, fotos oficiais ou falas comparando gestões. Para esses cenários, a empresa pode adotar medidas preventivas, como:

- Avaliar se o evento é necessário naquele formato;
- Priorizar comunicações técnicas e operacionais;
- Evitar palanque, mestre de cerimônias com tom político ou personalização da entrega;
- Orientar previamente autoridades e assessorias sobre a natureza institucional do evento;
- Controlar uso da marca da empresa e de imagens da operação;
- Evitar divulgação com destaque a autoridade candidata;
- Registrar decisões e medidas de mitigação.

Caso a autoridade utilize a agenda para manifestação eleitoral, recomenda-se evitar repostagem, impulsionamento ou divulgação institucional da fala, além de registrar internamente o ocorrido.

## **Atenção Especial — relacionamento com órgãos reguladores e fiscalizadores**

O relacionamento com agências reguladoras, órgãos fiscalizadores, entidades ambientais e autoridades de controle mantém sua natureza essencialmente técnica e institucional durante o período eleitoral. No entanto, **em ano eleitoral, tais interações exigem cautela reforçada**, especialmente em razão do potencial de exposição institucional e sensibilidade política associada à regulação de serviços públicos.

Recomenda-se que:

- Interações com reguladores sejam **formalizadas, registradas e pautadas por critérios técnicos claros**, evitando tratativas informais ou não documentadas;
- Reuniões, visitas técnicas e fiscalizações tenham **pauta previamente definida, participantes identificados e registro documental adequado**;
- Demandas relacionadas a contratos, reequilíbrios, pleitos regulatórios ou processos sancionatórios sigam os canais institucionais formais, **sem tentativa de aceleração, influência ou tratamento diferenciado motivado por contexto político-eleitoral**;
- A atuação da empresa preserve **independência técnica, transparência e isonomia**, evitando qualquer percepção de favorecimento institucional.

Em caso de dúvida, recomenda-se submeter a interação à avaliação prévia das áreas de **Jurídico e Compliance** existente na associação ou empresa.

### **O que pode e o que não pode**

#### **PODE**

- Realizar reuniões técnicas com agentes públicos com pauta, registro e finalidade institucional.
- Receber autoridades em visita institucional, quando houver justificativa técnica, regulatória, operacional ou contratual.
- Participar de audiências públicas, consultas, reuniões setoriais e discussões de políticas públicas.
- Convidar autoridades para eventos técnicos, desde que haja pertinência temática, cautela eleitoral e ausência de propaganda.
- Comunicar entregas operacionais ou obras necessárias ao usuário, com linguagem técnica e apartidária.
- Prestar apoio operacional em emergências, com registro formal e finalidade legítima.
- Compartilhar notas técnicas, dados setoriais e estudos de forma transparente e isonômica.

#### **NÃO PODE**

- Permitir uso de instalação, obra, praça de pedágio, terminal, veículo ou área operacional como palanque eleitoral.

- Oferecer transporte, equipe, ambulância, guincho, sala, drone, equipamento, espaço ou estrutura para campanha.
- Realizar evento institucional com pedido de voto, material de campanha ou discurso eleitoral.
- Associar marca da empresa a candidato, partido, federação, coligação ou campanha.
- Conceder benefício pessoal a agente público, familiar, assessor ou terceiro relacionado.
- Usar reunião institucional para negociar apoio político, promessa eleitoral ou contrapartida indevida.
- Autorizar terceiros a atuar politicamente em nome, interesse ou benefício da empresa.

## **NÃO RECOMENDÁVEL**

- Reuniões informais, sem pauta ou sem registro, com agentes públicos em período sensível.
- Visitas de autoridades candidatas com imprensa, gravação, live ou divulgação sem validação prévia.
- Eventos de entrega de obra com discurso livre de autoridade.
- Convites a autoridades sem orientação prévia sobre vedação de manifestações eleitorais.
- Divulgação de fotos, vídeos ou posts com destaque a agente público candidato ou pré-candidato.

## **FAQ — Candidatos, visitas e apoio operacional**

### **P. Como tratar candidatos em eventos setoriais?**

R. Convites podem ser avaliados quando houver pertinência temática e finalidade institucional. Recomenda-se adotar critérios isonômicos, pauta técnica, materiais sem alusão eleitoral, ausência de propaganda e cuidado para que marca da empresa ou associação não divida espaço com material de campanha.

### **P. O que fazer se um candidato aparecer sem aviso em praça de pedágio, aeroporto, estação, terminal ferroviário/rodoviário/metroviário, obra ou área operacional?**

R. Tratar com cordialidade, preservar a operação, impedir uso do espaço como palanque ou cenário de campanha, evitar filmagem encenada, acionar Comunicação/Jurídico/Compliance e registrar o ocorrido.

### **P. Como reagir a pedido de apoio operacional de campanha?**

R. Recomenda-se recusar formalmente, registrar o pedido e comunicar jurídico/Compliance. Se houver indício de vantagem indevida, assédio, pressão ou solicitação irregular, o canal de denúncias também pode ser acionado.

### **P. Autoridade pública pode visitar obra durante o período eleitoral?**

R. Pode, desde que a visita tenha finalidade técnica, institucional ou regulatória legítima, com pauta, registro e controle de comunicação. O risco aumenta se a autoridade for candidata ou pré-candidata, se houver imprensa, discurso, gravação, material de campanha ou divulgação promocional.

### **P. A empresa pode divulgar foto de reunião com agente público?**

R. Depende. A divulgação deve ser avaliada caso a caso. Recomenda-se evitar publicação quando houver risco de associação político-eleitoral, destaque indevido a autoridade candidata, uso de slogan, marca de gestão ou linguagem promocional. Se a divulgação for necessária, é necessário

que se trate de divulgação técnica e objetiva a fim de não levantar alegações relativas a propaganda irregular realizada pela empresa.

## **FAQ – Restrições de reguladores e interpretação prática**

### **P. Como a empresa deve interpretar restrições ou orientações de reguladores sobre comunicação, redes sociais, eventos ou divulgação institucional em período eleitoral?**

R. Com cautela e interpretação restritiva. Orientações, recomendações ou restrições de reguladores devem ser avaliadas caso a caso pelo Jurídico/Compliance, considerando objetivo, alcance, base normativa e risco eleitoral. Quando houver dúvida sobre o limite da restrição, a empresa deve privilegiar postura conservadora, técnica, apartidária e documentada.

#### **Exemplo prático:**

Regulador orienta concessionárias a evitarem publicações em redes sociais com autoridades durante o período eleitoral. Ainda que a orientação não proíba toda comunicação institucional, posts com fotos, marcações, elogios, agendas públicas ou entregas com agentes públicos devem ser suspensos ou ajustados para evitar promoção pessoal ou associação político-eleitoral.

#### **Como proceder:**

Registrar a orientação recebida, avaliar seu alcance com jurídico/Compliance, ajustar comunicações de risco e manter apenas conteúdos técnicos, operacionais ou de utilidade pública. Em caso de dúvida, não publicar até validação interna.

## **FAQ – Eventos, inaugurações e entregas**

### **P. A empresa pode realizar evento de inauguração durante o período eleitoral?**

R. Depende. Se o evento for necessário por razões operacionais, contratuais, regulatórias ou de utilidade pública, pode ser avaliado, desde que sem palanque, propaganda, pedido de voto, material de campanha, promoção pessoal de autoridade ou associação a candidato, partido, gestão ou campanha. Recomenda-se privilegiar comunicação técnica e, se possível, formatos mais discretos.

### **P. Ministro, governador, secretário ou parlamentar pode discursar em evento da empresa?**

R. A participação pode ser avaliada quando houver pertinência institucional. No entanto, em período eleitoral, recomenda-se orientar previamente a autoridade sobre a natureza técnica do evento e a vedação de manifestações político-eleitorais. Falas com comparação entre gestões, exaltação eleitoral, pedido de voto ou ataque a candidatos devem ser evitadas.

### **P. A empresa pode comunicar a entrega de obra?**

R. Sim, quando a comunicação tiver finalidade informativa, operacional ou de utilidade pública. A divulgação deve ser técnica, objetiva e apartidária, com foco no usuário, segurança, operação, contrato e benefícios do serviço, evitando promoção de autoridade, candidato, partido, gestão ou campanha.

## SEÇÃO 4 – Doações e uso de bens por candidatos, agentes públicos ou terceiro setor

---

Durante o período eleitoral, **empresas devem adotar cautela reforçada em relação a doações, patrocínios, contribuições, cessões, empréstimos, uso de bens, apoio operacional, disponibilização de estruturas e qualquer outra forma de benefício econômico direto ou indireto.** A vedação à doação eleitoral por pessoa jurídica não se limita ao repasse de dinheiro: também pode abranger bens, serviços, cessões gratuitas, espaços, veículos, equipamentos, materiais, mão de obra, canais de comunicação, bases de dados, impulsionamento, apoio logístico ou qualquer vantagem estimável em dinheiro.

A empresa deve preservar sua neutralidade institucional e impedir que sua marca, patrimônio, canais, instalações, colaboradores, contratos ou estruturas operacionais sejam utilizados para beneficiar candidato, partido, federação, coligação, campanha, agente público, gestão pública ou grupo político. **Essa diretriz deve ser aplicada não apenas a condutas expressamente eleitorais, mas também a situações que, pelo contexto, possam ser interpretadas como apoio eleitoral indireto ou vantagem indevida.**

No setor de infraestrutura, a análise exige especial atenção porque determinadas práticas podem ter finalidade legítima — por exemplo, destinação de material operacional, apoio emergencial, projetos sociais, cooperação com órgãos públicos, ações socioambientais ou obrigações regulatórias. **O ponto central não é presumir irregularidade, mas assegurar que a decisão tenha justificativa técnica, operacional, ambiental, humanitária, contratual, regulatória ou institucional demonstrável, sem finalidade eleitoral, sem promoção pessoal e com documentação adequada.**

Em caso de dúvida, a empresa deve avaliar a substância da operação, e não apenas sua forma. Uma doação formalmente destinada a órgão público, entidade social, associação, instituto ou terceiro pode gerar risco se, na prática, beneficiar candidatura, agente público, campanha ou grupo político. A análise deve considerar destinatário, finalidade, momento, valor, histórico, divulgação, vínculos políticos, presença de autoridades, contrapartidas e eventual uso reputacional ou eleitoral do ato.

### Orientações gerais

- A pessoa jurídica não pode realizar doação eleitoral, direta ou indireta, a candidatos, partidos, federações, coligações ou campanhas, seja em dinheiro, bens, serviços ou valores estimáveis em dinheiro.
- Bens, veículos, equipamentos, espaços, instalações, equipes, canais, listas de contato, imagens, marcas e estruturas da empresa não podem ser utilizados para finalidade eleitoral, ainda que por curto período, de forma gratuita ou fora do horário regular de operação.
- Doações, patrocínios e apoios a terceiros devem ter finalidade legítima e documentação robusta, com critérios objetivos, aprovação interna, diligência prévia e ausência de benefício político-eleitoral direto ou indireto.
- Novos aportes ou contribuições extraordinárias em período sensível devem ser tratados como operações de maior risco, especialmente quando envolverem entidades, institutos,

projetos ou eventos ligados a agentes públicos, candidatos, parlamentares, familiares, partidos ou grupos políticos.

- Projetos sociais recorrentes e previamente estruturados tendem a apresentar menor risco, desde que tenham histórico documentado, contrato ou instrumento formal, critérios objetivos, finalidade institucional legítima e ausência de uso eleitoral.
- Doações operacionais ou destinação de materiais, como material fresado, insumos ou bens sem uso operacional imediato, exigem análise específica, especialmente quanto a finalidade, destinatário, cronograma, divulgação, participação de autoridades e risco de apropriação político-eleitoral.
- Situações de calamidade, emergência, desastre, segurança de usuários ou risco ambiental podem justificar medidas excepcionais, desde que formalizadas, proporcionais, documentadas, sem evento promocional e sem uso político-eleitoral.

### **ATENÇÃO – DOAÇÃO ELEITORAL INDIRETA OU SIMULADA**

- A vedação à doação eleitoral por pessoa jurídica deve ser interpretada de forma ampla. A empresa não deve realizar, autorizar, custear, reembolsar, intermediar ou facilitar qualquer ato que possa ser caracterizado como doação eleitoral indireta ou simulada, inclusive por meio de dividendos, bônus, fornecedores, terceiros, entidades sociais, associações, institutos, pessoas físicas, dirigentes, colaboradores, bônus, contratações artificiais, patrocínios sem justificativa real ou cessões gratuitas de bens e serviços.
- É recomendável orientar administradores, sócios, acionistas e executivos sobre a sensibilidade de doações eleitorais realizadas em caráter pessoal. Embora a doação por pessoa física seja permitida no Brasil, desde que observados os limites legais, tais contribuições podem gerar risco de associação indevida com a pessoa jurídica à qual o indivíduo esteja vinculado, especialmente quando a empresa mantiver relações relevantes com o Poder Público ou atuar em setor regulado.
- A ausência de intenção eleitoral declarada não elimina o risco. Situações formalmente lícitas podem gerar questionamentos quando, pelo contexto, momento, destinatário, divulgação ou forma de execução, houver suspeita de favorecimento a candidato, partido, campanha, agente público ou grupo político.

### **USO DE BENS, PATRIMÔNIO E CANAIS OFICIAIS**

- Veículos, guinchos, ambulâncias, viaturas, drones, salas, auditórios, estacionamentos, imóveis, canteiros, praças de pedágio, terminais, áreas operacionais, sistemas, bases de dados, listas de contatos, e-mails, intranet, PMVs, rádios operacionais, aplicativos, uniformes, crachás, marcas, imagens e canais oficiais da empresa não devem ser utilizados para finalidade eleitoral.
- A vedação se aplica mesmo quando o uso parecer pontual, informal, fora do horário regular, sem custo aparente ou mediante pedido de terceiro. Se o bem, espaço, serviço ou estrutura tem valor econômico ou utilidade para campanha, sua cessão pode ser interpretada como doação eleitoral indireta ou uso indevido de recursos da pessoa jurídica.
- Áreas sob concessão ou de acesso público, como praças de pedágio, saguões, terminais, estacionamentos, acessos, passarelas, áreas de atendimento ou painéis informativos, não devem ser utilizadas como palanque, ponto de panfletagem, local de gravação eleitoral, cenário de campanha ou espaço de promoção de candidato.

## **Doações a agentes públicos e terceiro setor em período eleitoral**

Eventuais doações de empresas a agentes públicos, entidades do terceiro setor e demais destinatários de apoio institucional exigem cautela reforçada no período eleitoral, especialmente quando envolvem doações, patrocínios, cessões, destinação de materiais ou qualquer benefício econômico direto ou indireto.

Embora muitas dessas iniciativas possam ser legítimas sob a perspectiva operacional, regulatória, socioambiental ou humanitária, o contexto eleitoral exige avaliação mais rigorosa de finalidade, forma, momento, destinatário, divulgação e percepção externa, a fim de evitar que atos regulares sejam interpretados como apoio político-eleitoral, promoção indevida ou uso inadequado de recursos da pessoa jurídica.

### **APOIO OPERACIONAL EM EMERGÊNCIAS**

- Apoio operacional a órgãos públicos em situações de emergência, acidentes, chuvas, desastres, sinistros, eventos críticos, segurança de usuários ou continuidade do serviço pode ser legítimo, desde que tenha finalidade técnica, humanitária, operacional, ambiental ou de segurança.
- O apoio deve seguir protocolos formais e não agendas políticas. Pedidos relacionados a emergências recomenda-se que sejam registrados, preferencialmente por canal oficial, indicando a situação, o órgão solicitante, a finalidade, os recursos envolvidos, o prazo e a área responsável pela execução.
- A atuação da empresa não deve ser utilizada como oportunidade de promoção de autoridade, candidato, gestão ou campanha. Devem ser evitadas fotos promocionais, placas de agradecimento, slogans, eventos públicos, entregas simbólicas ou divulgações com conotação eleitoral.

Quando houver justificativa legítima para doação, apoio, destinação de material, patrocínio, contribuição ou cessão em período sensível, recomenda-se aplicar, no mínimo, os seguintes critérios:

#### **1. Finalidade legítima**

A medida atende a objetivo técnico, operacional, ambiental, regulatório, humanitário, contratual, social ou institucional demonstrável.

#### **2. Pedido formal**

O pedido foi feito por canal oficial, com identificação do solicitante, destinatário, finalidade, local, quantidade, prazo e justificativa.

#### **3. Critério objetivo e isonomia**

A decisão observa critérios previamente definidos e evita tratamento privilegiado a determinado agente público, município, estado, órgão público, entidade, candidato, partido ou grupo político.

#### **4. Diligência prévia**

Foram avaliados vínculos com agentes públicos, candidatos, partidos, campanhas, familiares, entidades relacionadas, frentes parlamentares, institutos ou grupos políticos.

## 5. Vedação de promoção

A entrega, destinação ou apoio não envolve palanque, comício, placa, agradecimento político, foto promocional, slogan, cor de campanha, evento eleitoral ou divulgação com finalidade de promoção pessoal.

## 6. Aprovação interna

Casos sensíveis são submetidos ao Jurídico, Compliance, Comunicação e/ou instância interna competente antes da execução.

## 7. Registro documental

A decisão, os fundamentos, aprovações, documentos de suporte, medidas de mitigação e eventual comunicação externa devem ser registrados

### DOAÇÕES OPERACIONAIS RECORRENTES

- No caso de materiais operacionais recorrentes ao poder público — como insumos sem uso operacional imediato ou outros bens decorrentes da atividade da concessionária — a análise deve equilibrar o risco eleitoral com obrigações ambientais, regulatórias, contratuais e operacionais. A existência de período eleitoral não elimina, por si só, a necessidade de destinação adequada do material, especialmente quando houver risco ambiental, exigência regulatória, impacto operacional ou obrigação contratual.
- Ainda assim, em ano eleitoral, recomenda-se cautela reforçada. É recomendável que a empresa avalie a origem do pedido, finalidade da destinação, estado, município ou órgão público beneficiário, volume, cronograma de retirada, eventual participação de autoridades, possibilidade de divulgação pública e risco de utilização do material como ativo de campanha.
- Caso a autorização tenha ocorrido antes do período eleitoral, mas a retirada ou execução se prolongue no tempo, recomenda-se manter registros claros sobre a data da decisão, condições aprovadas, cronograma, quantidade retirada e eventuais revalidações necessárias. A análise deve evitar que uma decisão legítima anterior seja posteriormente apropriada como entrega político-eleitoral.

### PROJETOS SOCIAIS, PATROCÍNIOS E ENTIDADES DO TERCEIRO SETOR

- Doações, patrocínios e apoios a projetos sociais, culturais, esportivos, ambientais, educacionais ou comunitários podem ser legítimos quando alinhados às políticas internas, critérios objetivos, finalidade institucional e histórico de atuação da empresa. No entanto, em ano eleitoral, é recomendável que tais apoios sejam submetidos a diligência reforçada, especialmente quando envolverem novos aportes, valores extraordinários, eventos públicos, presença de autoridades ou entidades com vínculos políticos.
- A diligência deve verificar, na medida aplicável, governança da entidade, beneficiários, dirigentes, histórico do projeto, contrapartidas, vínculos com agentes públicos, candidatos, familiares, partidos, campanhas ou grupos políticos. É recomendável que a

empresa não siga com a doação quando houver risco relevante de benefício político-eleitoral, triangulação ou uso promocional da iniciativa para favorecer candidatos políticos.

- Projetos já recorrentes, com contrato vigente, histórico documentado e critérios objetivos tendem a apresentar menor risco do que aportes novos, pontuais, urgentes ou sem justificativa clara. Ainda assim, a manutenção de projetos recorrentes deve ser acompanhada para evitar divulgação eleitoral, presença indevida de autoridades, placas, agradecimentos, eventos ou postagens com conotação político-partidária.

### FRENTES PARLAMENTARES, INSTITUTOS E ASSOCIAÇÕES SETORIAIS

- A participação em associações, institutos ou fóruns relacionados a pautas setoriais pode ser legítima quando vinculada à representação institucional de interesses, discussão técnica, políticas públicas, regulação ou desenvolvimento do setor. Contribuições ordinárias, regulares e previamente previstas tendem a apresentar menor risco quando possuem finalidade institucional legítima, critérios objetivos e documentação adequada. Por outro
- lado, aportes extraordinários, pagamentos pontuais, patrocínios de eventos, contribuições emergenciais ou custeios específicos próximos ao período eleitoral podem pedir cautela reforçada, especialmente quando envolverem parlamentares candidatos, dirigentes partidários, eventos com exposição pública ou contrapartidas que possam ser interpretadas como apoio político-eleitoral.
- Nesses casos, recomenda-se verificar a natureza da entidade, finalidade do aporte, histórico de contribuições, contrapartidas, governança, vínculos políticos, participantes do evento e risco de uso eleitoral da contribuição.

## Terceiros, Fornecedores e Prestadores de Serviço

As recomendações e boas práticas trazidos nessa cartilha **também podem ser seguidos como boas práticas pelos terceiros que atuem em nome, interesse ou benefício da empresa**, incluindo fornecedores, prestadores de serviço, consultores, parceiros e operadores em campo.

Durante o período eleitoral, recomenda-se à empresa no contato com tais terceiros:

- Reforçar, por meio contratual ou comunicação formal, a obrigação de terceiros de **não realizar qualquer tipo de atuação político-eleitoral associada à empresa**;
- Proibir o uso de recursos da empresa por terceiros para:
  - o apoio a candidatos;
  - o participação em campanhas;
  - o realização de doações diretas ou indiretas;
- Avaliar, com cautela reforçada, contratações, pagamentos ou demandas extraordinárias em período sensível, especialmente quando envolverem:
  - o fornecedores locais;
  - o vínculos com agentes públicos ou candidatos;
- Monitorar a atuação de terceiros em campo, especialmente em **praças de pedágio, obras, bases operacionais e frentes de serviço**, para evitar uso indevido de estrutura ou associação institucional.

## FAQ — Doações indiretas ou simuladas

### **P. A empresa pode fazer doação, apoio ou pagamento a terceiro quando houver risco de benefício político-eleitoral indireto?**

R. Não. Doações, patrocínios, apoios, pagamentos, cessões ou fornecimento de bens/serviços devem ser recusados quando puderem beneficiar, ainda que indiretamente, candidato, partido, agente público ou grupo político. A vedação inclui triangulação via pessoa física, fornecedores, terceiros, entidades sociais, bônus, reembolsos ou contratações sem justificativa real. A legislação já prevê que pessoa jurídica não pode doar em dinheiro, bens, serviços ou valores estimáveis em dinheiro, inclusive por cessões gratuitas.

- **Exemplo prático:**

Escola pública ligada à gestão municipal solicita doação de tinta para reforma, mas indica cor associada ao partido do prefeito ou de agente público local. Ainda que o pedido pareça social, a doação pode ser interpretada como apoio eleitoral indireto, especialmente se houver divulgação, foto, agradecimento público, placa ou evento com autoridades.

- **Como proceder:**

Recusar formalmente, registrar o pedido e comunicar Compliance/Jurídico. Triangulações via terceiros, pessoa física, fornecedor, instituto ou ONG podem configurar fraude e outros ilícitos.

## FAQ — Doações não imediatas ou com retirada gradual

### **P. Como tratar doações aprovadas, mas ainda não retiradas ou executadas integralmente?**

R. Doações com retirada gradual, entrega parcelada ou prazo prolongado recomendam controle documental específico. Recomenda-se que a empresa mantenha registro da data de aprovação, quantidade autorizada, prazo de retirada, finalidade, destinatário e condições aplicáveis. Se a retirada passar a coincidir com período sensível, evento público, agenda de autoridade ou risco de divulgação eleitoral, recomenda-se revalidar a operação antes de nova etapa.

- **Exemplo prático:**

Município recebe autorização para retirar material operacional em etapas, mas a retirada final passa a coincidir com agenda pública de autoridade em ano eleitoral.

- **Como proceder:**

Revalidar a justificativa, registrar cada retirada/entrega, evitar divulgação promocional e submeter alterações relevantes ao Jurídico/Compliance.

## FAQ — Doações operacionais recorrentes

### **P. A empresa pode realizar doações operacionais recorrentes, como material fresado, insumos ou bens sem uso operacional imediato?**

R. Depende. Doações operacionais recorrentes somente podem ocorrer quando houver justificativa técnica, contratual, regulatória, socioambiental ou operacional legítima, com critérios objetivos,

registro documental, aprovação interna e ausência de finalidade eleitoral. A doação não pode beneficiar, direta ou indiretamente, candidato, partido, agente público, gestão ou grupo político, nem ser usada como forma de cessão gratuita com conotação eleitoral.

- **Exemplo prático:**

Município solicita material fresado para recuperação de vias locais em ano eleitoral. A doação pode gerar risco se o pedido estiver vinculado a agenda de prefeito, candidato ou entrega pública com divulgação político-eleitoral. Ainda que o material seja excedente operacional, a destinação deve ter justificativa técnica, critérios isonômicos e registro formal.

- **Como proceder:**

Submeter o pedido ao Jurídico/Compliance, verificar base contratual/regulatória, registrar finalidade, destinatário, volume, critério de escolha, aprovação e contrapartida legítima, quando aplicável. Caso exista pedido informal, urgência artificial, divulgação política, evento com autoridade ou risco de benefício eleitoral, recomenda-se que doação seja recusada ou suspensa.

- **Observação:**

Se a doação for intermediada por terceiro, fornecedor, associação ou pessoa física, também deve ser avaliado o risco de triangulação ou benefício político-eleitoral indireto, conforme a lógica já prevista no FAQ de doações indiretas ou simuladas.

## FAQ — Obrigações operacionais ou ambientais em período eleitoral

### **P. A empresa pode cumprir obrigação operacional, regulatória ou ambiental quando houver risco de associação político-eleitoral?**

R. Sim, desde que exista justificativa técnica, contratual, regulatória, operacional ou ambiental legítima, com registro documental e ausência de finalidade eleitoral. A execução deve ser conduzida de forma técnica e sem promoção de agente público, candidato, partido, gestão ou campanha.

## FAQ — Doações em situações excepcionais

### **P. A empresa pode realizar doações em situações de calamidade pública, emergência ou desastre durante o período eleitoral?**

R. Sim, considerando-se sua finalidade humanitária, operacional, socioambiental ou de segurança claramente demonstrada, com pedido formal.

- **Exemplo prático:**

Estado ou município atingido por enchente solicita apoio emergencial da concessionária, como água, insumos, material de sinalização ou equipamentos operacionais. A doação pode ser avaliada se houver justificativa de emergência e canal formal de solicitação. O risco aumenta se houver pedido para entrega em evento público, foto com autoridade, placa de agradecimento, uso de slogan, cor de campanha ou divulgação vinculada à gestão municipal.

- **Como proceder:**

Registrar o pedido, a situação excepcional, o destinatário, os itens, quantidades, critério de escolha e aprovações internas. Recomenda-se realizar a entrega por canal técnico/oficial, sem evento promocional, sem personalização político-partidária e com comunicação institucional limitada ao necessário, quando aplicável.

## FAQ — Projetos sociais e entidades do terceiro setor

### **P. Quais cuidados aplicar a doações ou patrocínios a projetos sociais e entidades do terceiro setor?**

R. Recomenda-se diligência reforçada para identificar vínculos com agentes públicos, candidatos, familiares, partidos, campanhas ou grupos políticos. A análise deve abranger finalidade do projeto, beneficiários, governança da entidade, contrapartidas, histórico de atuação e risco de uso eleitoral.

- **Exemplo prático:**

Entidade social solicita patrocínio em ano eleitoral e tem dirigentes ligados à campanha de agente público local.

- **Como proceder:**

Recomenda-se *due diligence*, documentar a justificativa institucional, prever contrato formal e recusar ou suspender o aporte quando houver risco relevante de benefício político-eleitoral.

## FAQ — Novos aportes a projetos sociais em período sensível

### **P. A empresa pode realizar novos aportes a projetos sociais próximos ao período eleitoral?**

R. Novos aportes em período sensível recomendam cautela adicional e justificativa robusta. Projetos já recorrentes, com critérios objetivos, contrato vigente e histórico documentado tendem a apresentar menor risco do que aportes pontuais, urgentes ou sem justificativa clara.

- **Exemplo prático:**

Projeto social solicita novo aporte extraordinário próximo à campanha, com previsão de evento público e participação de autoridade local.

- **Como proceder:**

Avaliar finalidade, *timing*, contrapartidas, divulgação e vínculos políticos. Em caso de risco de associação eleitoral, ajustar, adiar, recusar ou submeter previamente ao Jurídico/Compliance.

## FAQ — Frentes parlamentares e institutos

### **P. A empresa pode contribuir com frentes parlamentares, institutos ou associações ligadas a temas setoriais?**

R. Contribuições regulares, previstas em política interna, com finalidade institucional legítima, critérios objetivos e documentação adequada tendem a ter menor risco. Aportes pontuais,

extraordinários ou próximos a período sensível recomendam cautela reforçada, especialmente se houver vínculo com agente público, candidato, partido ou campanha.

- **Exemplo prático:**  
Instituto ligado a pauta de infraestrutura solicita contribuição extraordinária durante o período eleitoral, com previsão de evento com parlamentares candidatos.
- **Como proceder:**  
Verificar natureza da entidade, finalidade do aporte, histórico de contribuições, contrapartidas e exposição pública. Registrar a análise e submeter casos sensíveis ao Jurídico/Compliance.

## FAQ – Veículos adesivados no ambiente corporativo

### **P. A empresa pode permitir veículos adesivados com propaganda eleitoral em suas dependências?**

R. Depende. O uso regular de veículo particular adesivado por colaborador, sem vínculo com a empresa, sem coordenação interna e sem uso de recursos corporativos, em regra, não caracteriza apoio institucional. No entanto, recomenda-se que a empresa impeça que veículos de sua propriedade, frota operacional, estacionamento corporativo, comboios, ações organizadas ou qualquer estrutura da empresa sejam usados para promover candidato, partido ou campanha.

## FAQ – Doações, patrocínios e uso de bens

### **P. A concessionária pode doar a candidatos em 2026?**

R. Não. A doação eleitoral por pessoa jurídica a candidatos, partidos, coligações ou federações é proibida, inclusive em dinheiro, bens, serviços ou valores estimáveis em dinheiro.

### **P. Posso emprestar guincho, ambulância ou veículo operacional para agenda de autoridade?**

R. Se a agenda tiver finalidade eleitoral ou risco de associação político-partidária, o uso de bens operacionais pode caracterizar apoio indevido. Pedidos desse tipo recomendam registro, recusa formal e comunicação ao Jurídico/Compliance.

### **P. PMV pode exibir mensagem institucional sobre eleição?**

R. Conteúdo cívico-neutro e de utilidade pública pode ser avaliado, como orientação ao usuário sobre segurança e planejamento da viagem. Conteúdo partidário, de campanha ou que favoreça candidato, partido ou gestão deve ser evitado.

### **P. É permitido patrocinar evento cultural de pré-candidato?**

R. Patrocínios em ano eleitoral recomendam cautela reforçada. Se o evento beneficiar pré-candidato, candidato, agente público, partido ou grupo político, pode haver risco de doação indireta ou dissimulada.

## SEÇÃO 5 – Hospitalidades, brindes, benefícios e presentes

---

A oferta de brindes, hospitalidades, presentes e outras cortesias em relações envolvendo agentes públicos exige cautela reforçada em período eleitoral, considerando que em grande medida, agentes públicos costumam ser também candidatos a novos cargos eletivos.

Embora determinadas interações institucionais sejam legítimas e façam parte da rotina de relacionamento com autoridades, órgãos fiscalizadores, reguladores e forças de segurança, é essencial que sejam conduzidas com transparência, finalidade técnica clara e observância das normas legais, regulatórias e internas aplicáveis.

Como regra geral, brindes somente devem ser admitidos quando possuírem valor módico, caráter meramente publicitário e distribuição ampla, sem intuito de influenciar decisão, obter tratamento favorecido ou gerar percepção de vantagem indevida. Hospitalidades, por sua vez, como refeições, deslocamentos ou hospedagens, devem ser tratadas como situações excepcionais, sempre vinculadas a agenda institucional legítima, previamente aprovada pelas instâncias responsáveis e devidamente registrada, respeitando-se as regras específicas aplicáveis a cada órgão público.

Ainda, presentes são bens de valor comercial que não se enquadram como brindes, entregues ou recebidos em relações comerciais sem exigência de pagamento pelo receptor, como viagens não corporativas, flores, canetas de marca ou de valor relevante, relógios, mochilas, eletrônicos, quadros, livros, esculturas e obras de arte, ornamentos, cestas de presente, bebidas alcoólicas, entre outros.

**Em período eleitoral, recomenda-se que sejam adotados cuidados específicos para que o oferecimento de brindes e hospitalidade não seja confundido com doações eleitorais por pessoas jurídicas, condutas vedadas pela legislação. Também, recomenda-se não receber ou conceder presentes de pessoas envolvidas, direta ou indiretamente, com o processo eleitoral.**

### EXEMPLOS PRÁTICOS DENTRO DO PERMITIDO

- Caneta, caderno ou chaveiro com logo, em evento setorial.
- Café durante reunião técnica na sede.
- Acesso ao estande da concessionária em feira do setor.

### Hospitalidades – Pode / Não pode

Em relação à hospitalidade, é interessante verificar a legislação local e normativos emitidos pelas entidades de interação. A título exemplificativo, se insere abaixo boas práticas gerais, bem como sumarização da legislação referente à administração estadual de São Paulo, e da ANTT:

SITUAÇÃO	BOAS PRÁTICAS GERAIS	SP (administração estadual)	ANTT
Brinde publicitário, baixo valor econômico	Em geral até R\$ 100	Permitido, nos termos do Decreto nº 69.475/2025	Permitido item de baixo valor econômico (1% do teto remuneratório da CF)
Refeição de trabalho	Permitida, em agenda institucional	Permitida, com autorização prévia pela autoridade máxima do órgão ou entidade	Preferencialmente custeado pela própria ANTT
Viagem/hospedagem	Permitida caso seguidos ritos de aprovação	Permitida, com autorização prévia pela autoridade máxima do órgão ou entidade	Preferencialmente custeado pela própria ANTT
Lazer, show, jogo	Não recomendado	Vedado	Vedado
Presente pessoal/familiar	Não recomendado	Vedado	Vedado

### BOAS PRÁTICAS

- Procedimento padrão de recepção e acompanhamento.
- Registro: agenda, participantes, documentos entregues.
- Postura colaborativa sem oferecimento de itens que possam ser identificados como vantagens indevidas.

## FAQ — Hospitalidades, brindes, presentes, visitas regulatórias e registros

### P. Posso convidar servidor da ANTT para um jantar?

R. Recomenda-se cautela reforçada. Em regras despesas deste tipo são custeadas preferencialmente pela própria ANTT (artigo 22 da Resolução nº 6.055/2024 da ANTT), sendo vedado o pagamento por empresas em contextos específicos. Hospitalidades a agentes de órgão regulador devem observar normas aplicáveis, finalidade institucional clara, aprovação interna e ausência de conotação pessoal, promocional ou eleitoral.

### P. Brinde com logo da empresa pode ser entregue a parlamentar?

R. Pode ser avaliado quando for de valor módico, distribuição ampla e caráter publicitário, observadas as regras do órgão do destinatário e as políticas internas.

### P. Posso gravar reunião com agente fiscalizador?

R. Recomenda-se priorizar registro escrito, como ata. Quando houver gravação, convém comunicar previamente os presentes e observar a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais ("LGPD"), política interna e regras aplicáveis.

## SEÇÃO 6 – Monitoramento e Controles de Conformidade

---

Durante o período eleitoral, recomenda-se o reforço de mecanismos de monitoramento e controle voltados à prevenção de riscos de integridade.

Podem ser adotadas medidas como:

- Acompanhamento de:
  - o comunicações institucionais;
  - o redes sociais,
  - o eventos com autoridades.
  
- Revisão periódica de:
  - o doações e patrocínios,
  - o interações com agentes públicos.

A existência de trilha documental adequada contribui para a mitigação de riscos, a defesa institucional e a demonstração de boa-fé e diligência da empresa.

### Gestão de Situações Sensíveis e Incidentes

Caso ocorra situação com potencial repercussão eleitoral, como:

- uso indevido de instalações da empresa em campanha
- manifestação político-eleitoral em evento institucional
- divulgação indevida em redes sociais
- denúncia de apoio a candidato

Recomenda-se:

- Interromper ou mitigar imediatamente o risco identificado;
- Registrar formalmente o ocorrido;
- Acionar as áreas responsáveis, como: Comunicação, Jurídico, Compliance
- Avaliar a necessidade de posicionamento institucional, com foco em: neutralidade, clareza e transparência.

Recomenda-se que a resposta seja coordenada, consistente e baseada em fatos documentados.

## **Em dúvida, não aja – consulte.**

A recusa formal e o registro documental são as melhores defesas da empresa, do colaborador e da integridade do setor.

### **CANAIS DE CONSULTA**

Compliance · Jurídico · Canal de Denúncias · Conselho de Ética das Associações que compõem o FII

ABCR - Associação Brasileira de Concessionárias de Rodovias

ANPTrilhos - Associação Nacional dos Transportadores de Passageiros sobre Trilhos

ABCON SINDCON – Associação Brasileira e Sindicato Nacional das Concessionárias Privadas de Serviços Públicos de Água e Esgoto

ABR - Associação Brasileira de Concessionárias Aeroportuárias

ABTP – Associação Brasileira dos Terminais Portuários

ANTF – Associação Nacional dos Transportadores Ferroviários

ANEOR - Associação Nacional das Empresas de Obras Rodoviárias

MOVEINFRA – Movimento da Infraestrutura