EDITAL DO PROGRAMA DE EMBAIXADORES DOS CURSOS PRESENCIAIS AFYA PALMAS 2027

O Diretor Geral da Afya Faculdade de Ciências Médicas de Palmas, mantida pelo ITPAC - Instituto Tocantinense Presidente Antônio Carlos S.A., situada à ACSU SO 70, Avenida NS 01, Conjunto 02, Lote 03, Plano Diretor Sul, CEP 77.017-004, Palmas/TO, torna público o presente **Edital de Processo Seletivo do Programa de Embaixadores dos Cursos Presenciais da Afya Palmas**, com seleção em 2026 e vigência no ano de 2027, nos seguintes termos.

1. DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

1.1. O processo destina-se a estudantes regularmente matriculados nos cursos de graduação presenciais da Afya Palmas, observados os requisitos deste Edital.

1.2. O Programa de Embaixadores tem como finalidade fomentar o protagonismo estudantil, a representatividade dos cursos e o apoio às estratégias institucionais de comunicação, relacionamento, divulgação e captação.

1.3. A vigência do programa compreenderá **1º de janeiro a 31 de dezembro de 2027**. A atuação individual, a concessão dos benefícios e o acesso às atividades começarão após a homologação do resultado final, a confirmação da matrícula elegível e a assinatura do Termo de Compromisso, não produzindo efeitos financeiros ou acadêmicos retroativos.

1.3. O Programa de Embaixadores Afya Palmas 2027 disponibilizará **8 (oito) vagas, sendo 1 (uma) vaga por curso de graduação presencial**, distribuídas da seguinte forma:

I. Biomedicina – 1 vaga;
II. Direito – 1 vaga;
III. Fisioterapia – 1 vaga;
IV. Enfermagem – 1 vaga;
V. Medicina – 1 vaga;
VI. Nutrição – 1 vaga;
VII. Odontologia – 1 vaga;
VIII. Psicologia – 1 vaga.

1.4. A seleção será realizada individualmente por curso, observando os requisitos de participação e os critérios de avaliação estabelecidos neste Edital. Será selecionado 1 (um) embaixador titular por curso, podendo ser constituída lista de suplentes para eventuais substituições durante a vigência do programa.

1.5. O preenchimento das vagas estará condicionado à existência de candidatos que atendam aos requisitos mínimos de habilitação e desempenho. Na ausência de candidatos aptos, a vaga poderá permanecer não preenchida, a critério da Instituição.

1.6. A produção de conteúdos e as metas semanais aplicam-se às semanas letivas do curso do embaixador, conforme o calendário acadêmico oficial. No recesso, somente serão exigidas atividades previamente ajustadas e aceitas pelo estudante; o reconhecimento de horas seguirá o item 7.

2. DOS REQUISITOS DE PARTICIPAÇÃO E DA ELEGIBILIDADE

2.1. Poderão concorrer os estudantes que atendam cumulativamente aos seguintes requisitos:

I. Estar matriculado e cursando graduação presencial na Afya Palmas, mantendo essa condição durante a atuação.

II. Estar adimplente, segundo as condições financeiras institucionais do benefício.

III. Não possuir sanção disciplinar vigente incompatível com a representação institucional.

IV. Demonstrar boa comunicação oral e escrita, responsabilidade, proatividade e familiaridade com redes sociais.

V. Ter Instagram e/ou TikTok próprio, público, com pelo menos **500 (quinhentos)** seguidores ao fim das inscrições.

VI. Ter disponibilidade de, no mínimo, **3 (três) horas** semanais para as atividades planejadas, sem prejuízo da graduação.

VII. Enviar, com a inscrição, vídeo autoral vertical em formato Reels, de até 30 (trinta) segundos, gravado em primeira pessoa, no qual justifique por que merece representar seu curso na Afya Palmas.

2.2. Os 500 seguidores constituem requisito de habilitação, sem pontuação automática extra para perfis com audiência superior.

2.3. O vídeo de inscrição deverá mostrar o candidato falando diretamente à câmera, em linguagem objetiva, espontânea, respeitosa e compreensível. Deverá ser enviado pelo formulário oficial como arquivo ou link acessível à Comissão; não será necessária a postagem em perfil público. Não é exigida edição profissional. Tamanho máximo de 10mb.

2.4. A ausência do vídeo, a apresentação de vídeo de terceiro como próprio ou o desrespeito às exigências essenciais de autoria, primeira pessoa e duração máxima impedem a homologação, assegurado saneamento de falhas meramente técnicas no prazo informado pela Comissão.

2.5. A verificação da presença digital utilizará somente conteúdos públicos pertinentes à função; senhas, conversas privadas e acesso a contas fechadas não serão exigidos.

2.6. São incompatíveis com a função, quando devidamente comprovadas e contextualizadas, as seguintes condutas públicas:

I. Divulgar ou promover plataformas de apostas esportivas, cassinos on-line, jogos de azar digitais e afins, inclusive por cupons, links, publicidade, permutas ou afiliação.

II. Produzir, defender ou difundir racismo, xenofobia, antissemitismo, capacitismo, homofobia, assédio, discriminação ou discurso de ódio.

III. Incentivar violência, ameaças, perseguições, ataques antidemocráticos violentos ou práticas extremistas de incitação à violência ou discriminação, inclusive sob justificativa política.

IV. Fazer apologia a crimes, exploração sexual, violência ou práticas que violem a legislação e a ética acadêmica.

V. Difundir deliberadamente informações falsas para lesar pessoas ou a instituição; ofender ou difamar terceiros, sem confundir crítica legítima com conduta abusiva.

VI. Usar indevidamente nome, imagem, marca ou a condição de representante Afya para endossar pessoas, marcas, candidatos ou causas sem autorização.

VII. Expor pacientes, dados pessoais, imagens de terceiros e registros de prática acadêmica sem consentimento ou em violação de sigilo, ética e orientações institucionais.

VIII. Fraudar seguidores, engajamento, informações da inscrição ou comprovações das entregas.

2.7. Opiniões políticas, religiosas ou filosóficas pessoais, por si só, não geram desclassificação. Eventuais incompatibilidades serão apuradas com base em fato identificável, autoria, contexto, gravidade, relação com a representação institucional e oportunidade de esclarecimento.

3. DO PROCESSO SELETIVO, DA PONTUAÇÃO E DA CLASSIFICAÇÃO

3.1. O processo seletivo observará o cronograma abaixo. Todas as datas são de 2026, para atuação em 2027:

Data / período	Etapa	Descrição
25/11/2026	Publicação do edital	Divulgação das regras, vagas por curso e acesso ao formulário.
25/11 a 04/12/2026	Inscrições	Formulário eletrônico com perfil público e Reels autoral obrigatório de 30 segundos.
07 a 09/12/2026	Avaliação dos candidatos	A Comissão verifica os pré-requisitos, indica até 3 candidatos habilitados por curso e realiza as entrevistas dos convocados.

Data / período	Etapa	Descrição
10/12/2026	Resultado preliminar	Divulgação da classificação e abertura de prazo de reconsideração.
14/12/2026	Resultado final	Publicação da lista definitiva dos selecionados e suplentes por curso.

3.2. As inscrições serão feitas exclusivamente por meio do formulário **[LINK OFICIAL 2027]** até o encerramento previsto. O canal de comunicação, a quantidade de vagas por curso e as orientações de envio serão publicados com o edital.

3.3. O processo seletivo compreenderá, sucessivamente: (I) publicação do edital; (II) inscrição dos estudantes no prazo estabelecido; (III) análise técnica dos pré-requisitos e pré-seleção pela Comissão; (IV) entrevistas dos candidatos convocados; e (V) classificação, seleção e divulgação dos resultados preliminar e final.

3.4. A avaliação observará a matriz de 100 (cem) pontos abaixo. Na triagem e pré-seleção serão atribuídos até 70 (setenta) pontos aos critérios de comunicação e oratória, criatividade e conteúdo e engajamento digital autêntico. A entrevista valerá até 30 (trinta) pontos, nos critérios de proatividade e colaboração e disponibilidade e compromisso.

Critério	Pontos	O que será avaliado
Comunicação e oratória	25	Clareza, espontaneidade, objetividade e expressão no Reels e na entrevista.
Criatividade e conteúdo	25	Originalidade, pertinência da narrativa e adequação da proposta ao curso.
Proatividade e colaboração	20	Iniciativa, capacidade de trabalho em equipe e comprometimento.

Critério	Pontos	O que será avaliado
Engajamento digital autêntico	20	Interação real, consistência e qualidade das publicações; sem vantagem automática pelo volume de seguidores.
Disponibilidade e compromisso	10	Capacidade demonstrada de cumprir calendário, reuniões e entregas.

3.5. Na análise técnica, a Comissão verificará o cumprimento dos requisitos obrigatórios do item 2, incluindo vínculo e regularidade exigidos, perfil público com no mínimo **500 seguidores**, vídeo autoral de até **30 segundos** e adequação da conduta digital. Somente os candidatos habilitados nessa verificação participarão da pré-seleção classificatória.

3.6. A Comissão classificará os candidatos habilitados de cada curso pela pontuação obtida na triagem (máximo de 70 pontos) e indicará para entrevista os 3 (três) mais bem colocados de cada curso. Se houver menos de 3 (três) candidatos habilitados, todos serão convocados. A indicação para entrevista não assegura aprovação nem a concessão do benefício.

3.7. Os candidatos pré-selecionados serão convocados pelos canais informados na inscrição para entrevista individual, a ser realizada no período de **7 a 9 de dezembro de 2026**. Nessa etapa serão avaliadas proatividade e colaboração (até 20 pontos) e disponibilidade e compromisso (até 10 pontos). A ausência não justificada à entrevista impedirá a continuidade na seleção.

3.8. Encerradas as entrevistas, a Comissão somará a pontuação técnica e a pontuação da entrevista (máximo de 100 pontos), classificará os participantes por curso e selecionará os mais bem colocados, conforme as vagas previstas. A aprovação exige nota final mínima de 70 (setenta) pontos e atendimento aos requisitos eliminatórios. Os demais aprovados poderão integrar lista de suplentes.

3.9. Em caso de empate, tanto na indicação dos 3 (três) entrevistados quanto na classificação final, prevalecerão, sucessivamente, as maiores notas em comunicação e oratória, criatividade e conteúdo e engajamento digital autêntico. Persistindo o empate, a Comissão realizará sorteio documentado em ata.

3.10. Em caso de empate, tanto na indicação dos 3 (três) entrevistados quanto na classificação final, prevalecerão, sucessivamente, as maiores notas em comunicação e oratória, criatividade e conteúdo e engajamento digital autêntico. Persistindo o empate, a Comissão realizará sorteio documentado em ata.

3.11. A Comissão do Programa de Embaixadores será constituída pelas representações setoriais previstas no item 4. As análises e decisões observarão critérios publicados, registros verificáveis, confidencialidade e proteção dos dados pessoais dos candidatos.

3.12. Mesmo que exista apenas um candidato habilitado por curso, sua aprovação dependerá da entrevista, do atendimento aos requisitos e da nota final mínima estabelecida neste Edital.

4. DA COMISSÃO DO PROGRAMA DE EMBAIXADORES

4.1. O Programa de Embaixadores Afya Palmas será gerido pelo setor de Marketing, responsável pela presidência da Comissão, pelo planejamento das atividades, pela orientação dos acadêmicos e pelo acompanhamento das entregas.

4.2. A Comissão será composta por representantes do Marketing, Núcleo de Experiência Discente (NED), COPPEXII, Secretaria Acadêmica e Coordenações dos Cursos participantes, atuando de forma colaborativa no processo seletivo, no acompanhamento e nas avaliações periódicas dos embaixadores.

4.3. A Comissão poderá contribuir com as avaliações de desempenho e os procedimentos de desligamento, observando os critérios e as garantias

estabelecidos neste Edital. As decisões e orientações aos embaixadores serão centralizadas pelo Marketing, respeitadas as competências institucionais.

5. DAS ATRIBUIÇÕES, DO BRANDING E DA APROVAÇÃO DE CONTEÚDOS

5.1. O embaixador atuará sob acompanhamento da área de Marketing, em articulação com o setor Comercial e as demais áreas envolvidas, conforme planejamento institucional.

I. Produzir e compartilhar conteúdos sobre a rotina acadêmica, os diferenciais de seu curso, eventos e experiências estudantis reais.

II. Participar de ações de relacionamento e captação e colaborar na disseminação de informações institucionais previamente confirmadas.

III. Encaminhar dúvidas técnicas ou administrativas aos setores competentes, sem prometer bolsas, condições de ingresso ou benefícios sem autorização.

IV. Manter perfil público e identificar-se na bio, após a adesão, como “Embaixador(a) de [curso] da @afya.palmas”, ou conforme instrução institucional.

V. Respeitar prazos, autorização de imagem, privacidade, direitos autorais, normas acadêmicas, segurança e biossegurança.

5.2. Os conteúdos produzidos como parte do programa devem respeitar o manual de branding e as orientações atuais da Afya Palmas, incluindo aplicação correta da marca e de suas versões, paleta de cores, tipografia institucional, grafismos, linguagem, tom de voz e padrões de peças gráficas e audiovisuais.

5.3 É proibido modificar, distorcer ou adaptar indevidamente o logotipo, empregar cores ou fontes não autorizadas em peças institucionais ou divulgar informações não aprovadas. Templates e arquivos oficiais serão disponibilizados quando necessários, sem exigir softwares pagos ou equipamentos profissionais dos estudantes.

5.4. Toda peça destinada a representar oficialmente a Afya Palmas deverá ser encaminhada ao Marketing para avaliação e, quando aplicável, aprovação prévia. A equipe poderá solicitar correções, recusar ou suspender peças que desrespeitem o padrão visual, o conteúdo, a ética, a legislação ou a estratégia institucional.

5.5. Conteúdo recusado por descumprimento justificado dos padrões não contará como entrega válida nem como base para horas complementares até sua correção e aceite. O Marketing comunicará o motivo da recusa e orientará o ajuste. Conteúdo entregue corretamente e aprovado dentro do prazo contará como entrega, mesmo que a data da publicação nos canais institucionais seja adiada por decisão da equipe.

5.6. As regras de conduta digital do item 2.6 aplicam-se durante a vigência do programa, observados a comprovação e a proporcionalidade. Opiniões pessoais não devem ser apresentadas como posicionamento oficial da Afya.

6. DO PLANEJAMENTO, DAS METAS E DO ACOMPANHAMENTO MENSAL

6.1. Cada embaixador deverá realizar, durante as semanas letivas, no mínimo 1 (uma) entrega de conteúdo por semana, em formato acordado com o Marketing e dentro dos prazos do calendário mensal. A entrega pode ocorrer em perfil próprio autorizado ou como conteúdo aprovado para canais institucionais.

6.2. Além da obrigação semanal, o patamar mínimo de produção de cada mês com atividades letivas será de 1 (um) Reels e 1 (um) carrossel. A meta de desempenho desejada será de 2 (dois) Reels e 2 (dois) carrosséis por mês, de modo a favorecer diversidade e constância de formatos.

6.3. As metas mensais e semanais são cumulativas: atingir 1 Reels e 1 carrossel no mês não dispensa a entrega de ao menos 1 conteúdo em cada semana letiva. Em meses com cinco semanas letivas, poderá ser necessária uma quinta entrega. O não atingimento da meta desejada de 2 Reels e 2 carrosséis, isoladamente, não provoca desligamento se os requisitos obrigatórios forem cumpridos.

6.4. A equipe de Marketing realizará reunião de acompanhamento com os embaixadores na última sexta-feira de cada mês, presencial ou virtualmente, para alinhamento, orientações, análise de resultados, feedbacks, acompanhamento das entregas e apresentação do planejamento de conteúdos do mês seguinte. Caso a data coincida com feriado ou recesso, uma nova data será comunicada antecipadamente.

6.5. O setor de Marketing disponibilizará mensalmente um Programa de Conteúdos, contendo cronograma de publicações, sugestões de temas diversos e roteiros orientativos para a produção de Reels e carrosséis. O material terá como finalidade nortear as atividades, estimular a criatividade e contribuir para a constância e a qualidade das entregas.

6.6. Os temas e roteiros disponibilizados não serão de reprodução obrigatória, podendo ser adaptados pelos embaixadores mediante alinhamento prévio com o Marketing. Os participantes também poderão propor pautas, abordagens e ideias autorais, incentivando a produção de conteúdos autênticos e relevantes para a comunidade acadêmica. Todas as propostas deverão respeitar os objetivos do programa, as diretrizes de comunicação e a identidade visual da Afya Palmas, estando sujeitas à validação do Marketing.

6.7. A flexibilidade na criação e adaptação dos conteúdos não dispensa o cumprimento das metas, da frequência semanal e dos prazos de entrega estabelecidos neste Edital.

6.8. A participação nas reuniões mensais é obrigatória, salvo justificativa previamente comunicada ao Marketing. O não comparecimento injustificado será registrado e considerado na avaliação trimestral de desempenho.

6.9. Caso o embaixador não consiga cumprir a entrega semanal, deverá comunicar ao Marketing antes do prazo programado, sempre que possível, apresentando justificativa e proposta de reorganização. Situações imprevistas poderão ser justificadas em até 2 (dois) dias úteis após o ocorrido.

6.10. A semana sem conteúdo entregue e validado pelo Marketing não gerará as 3 (três) horas complementares correspondentes, ainda que exista justificativa aceita. A justificativa será considerada na avaliação de desempenho e permanência no programa. Entregas acumuladas em semanas posteriores não gerarão crédito retroativo de horas complementares.

6.11. O Marketing manterá registro mensal individualizado das atividades dos embaixadores, contemplando conteúdos entregues, cumprimento dos prazos, status de aprovação, justificativas, participação nas reuniões e horas complementares elegíveis. Esses registros servirão de base para a certificação acadêmica e para as avaliações trimestrais de desempenho.

7. DO USO DE IMAGEM E DO TRATAMENTO DE DADOS

7.1. Tratamento de Dados Pessoais: O(A) Aluno(a) reconhece que, no âmbito de suas atividades acadêmicas, pode ter acesso a dados pessoais tratados pela **Afya Educacional.** O(A) Aluno(a) se compromete a tratar tais dados exclusivamente para os fins previstos, respeitando os princípios da LGPD, incluindo a limitação de finalidade, necessidade, segurança, entre outros.

7.2. Antes de participar de campanhas institucionais, o estudante deverá receber e formalizar Termo de Compromisso e instrumento próprio de autorização de uso de imagem, voz e nome, com finalidades, limites e período definidos.

7.3. Imagens de pacientes, profissionais, estudantes e visitantes deverão observar autorização adequada, direitos de personalidade, privacidade, sigilo e orientações específicas de ambientes de ensino e saúde.

7.4. Os dados de inscrição, perfil público e relatórios de desempenho serão tratados para as finalidades de seleção, execução, fiscalização, certificação e eventual desligamento do programa, conforme as regras institucionais de proteção de dados.

8. DOS BENEFÍCIOS FINANCEIROS E DAS HORAS COMPLEMENTARES

8.1. O embaixador selecionado e elegível receberá benefício financeiro institucional de 10% (dez por cento) de desconto sobre o valor líquido da mensalidade contratual, após a aplicação de outros benefícios preexistentes, sujeito às regras de adimplência, ao teto de benefícios e às aprovações financeiras aplicáveis. **O desconto não será aplicado ao valor da mensalidade referente à rematrícula**, sendo válido exclusivamente para as mensalidades elegíveis durante a vigência do Programa de Embaixadores Afya Palmas 2027.

8.2. A soma dos descontos e benefícios não poderá ultrapassar 50% (cinquenta por cento) da mensalidade. Estudantes com desconto igual ou superior a 50% e participantes de FIES ou PROUNI poderão participar na modalidade voluntária, sem desconto adicional, observadas as regras financeiras aprovadas pela Instituição.

8.3. A concessão e a manutenção do desconto de 10% (dez por cento) estarão condicionadas ao cumprimento das metas mínimas mensais de produção de conteúdo estabelecidas nos itens 6.1 e 6.2 deste Edital, mediante comprovação e validação das entregas pelo setor de Marketing. O embaixador que não atingir o mínimo obrigatório de publicações no mês de referência não fará jus ao desconto correspondente àquele período, independentemente de sua permanência no programa. O benefício também estará condicionado ao pagamento das mensalidades até o vencimento contratual e à inexistência de débitos financeiros vencidos, observadas as regras institucionais para suspensão e restabelecimento.

8.4. O benefício financeiro terá natureza institucional e promocional, dentro das condições expressas no instrumento de participação e normas aplicáveis. Seu pagamento e enquadramento jurídico dependerão da aprovação pelas áreas competentes.

8.5. A concessão do benefício financeiro será limitada a mensalidades elegíveis de 2027, após formalização da adesão, e cessará até dezembro de 2027 ou na data efetiva

de desligamento, sem prorrogação tácita, observadas as condições contratuais e financeiras pertinentes.

8.6. Além do benefício financeiro, o participante poderá obter 3 (três) horas complementares por semana letiva com pelo menos 1 (uma) entrega de conteúdo produzida, comprovada e aceita pelo Marketing, conforme os requisitos do item 5. As horas serão certificadas mediante registro de atividades e dependerão de validação pela Coordenação de Curso ou instância acadêmica responsável, nos limites e categorias admitidos pelo regulamento acadêmico e pelo Projeto Pedagógico do Curso.

8.7. Não serão computadas horas de semanas sem entrega válida, com materiais pendentes de correção ou sem comprovação. Em caso de impossibilidade de publicação por decisão institucional após aprovação tempestiva, a entrega será considerada para fins de registro. Não haverá compensação retroativa automática das semanas sem produção.

8.8. O Marketing consolidará até o 5º (quinto) dia útil do mês seguinte o relatório das semanas elegíveis, e a instância acadêmica responsável providenciará a certificação e/ou lançamento conforme fluxo e calendário acadêmicos. O embaixador poderá consultar o relatório individual e solicitar correção de erro material em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento.

8.9. O embaixador voluntário, quando admitido nessa modalidade, terá as mesmas condições de participação, acompanhamento e reconhecimento de horas complementares, sem a concessão do desconto financeiro.

8.10. A apuração do cumprimento das metas mínimas será realizada mensalmente pelo Marketing, com base nos registros de entregas devidamente validadas. O resultado será encaminhado ao setor Financeiro para aplicação ou suspensão do benefício na mensalidade elegível subsequente ao fechamento da avaliação, observadas as regras de processamento financeiro da Instituição. O descumprimento das metas em determinado mês não implicará, isoladamente,

desligamento imediato do programa, permanecendo aplicáveis os critérios de avaliação trimestral previstos neste Edital.

9. DA AVALIAÇÃO TRIMESTRAL E DAS MEDIDAS DE ACOMPANHAMENTO

9.1. O desempenho será avaliado a cada 3 (três) meses, com fechamento dos ciclos de janeiro a março, abril a junho, julho a setembro e outubro a dezembro de 2027. Para avaliação de regularidade, serão consideradas somente as semanas letivas efetivamente abrangidas pela atuação do embaixador.

9.2. Os relatórios serão avaliados pelo Marketing em articulação com o setor Comercial e a Comissão responsável, segundo: (a) percentual de semanas letivas com entrega válida; (b) quantidade de Reels e carrosséis por mês letivo; (c) tempestividade, adequação ao branding e cumprimento dos ajustes; (d) justificativas registradas; e (e) participação nos encontros mensais. Semanas justificadamente não trabalhadas por motivo relevante, com aceite formal, poderão ser excluídas do cálculo percentual de regularidade, sem gerar horas complementares.

9.3. Constituem desempenho insuficiente, para fins de desligamento ao final de cada trimestre, as seguintes ocorrências não justificadas e não decorrentes de falha institucional:

I. Cumprimento de menos de 80% (oitenta por cento) das semanas letivas do trimestre com pelo menos 1 (uma) entrega validada; ou

II. Não atendimento do mínimo de 1 Reels e 1 carrossel em 2 (dois) ou mais meses letivos do trimestre; ou

III. Falsificação de entregas ou descumprimento deliberado e reiterado das orientações de correção ou de identidade institucional, comprovado e registrado.

9.4. A ausência de uma entrega semanal isolada não determinará desligamento imediato: produzirá a perda das horas daquela semana e será acompanhada no relatório. A avaliação trimestral verificará o padrão de entregas e as justificativas

apresentadas, sem converter a meta desejada do item 5.2 em requisito eliminatório.

9.5. A identificação de desempenho insuficiente ensejará abertura do procedimento de desligamento do item 9, com comunicação de evidências e oportunidade de manifestação. Confirmada a insuficiência após análise, o desligamento será formalizado e a substituição por suplente será providenciada sem demora indevida.

9.6. Violações graves de ética, sigilo, segurança, fraude ou uso indevido da marca poderão ser analisadas antes do fechamento trimestral, nos termos do mesmo procedimento e das medidas preventivas cabíveis.

10. DA RENÚNCIA, DO DESLIGAMENTO E DA SUBSTITUIÇÃO

10.1. São causas de desligamento: (a) renúncia voluntária; (b) término da matrícula elegível por abandono, trancamento, transferência, desistência ou conclusão do curso; (c) desempenho insuficiente confirmado no item 8; (d) descumprimento grave ou reiterado das obrigações; (e) sanção disciplinar incompatível com a representação; (f) fraude comprovada; e (g) conduta grave enquadrada no item 2.6.

10.2. Desligamento por iniciativa do estudante - fluxo obrigatório:

I. O estudante que desejar se desligar voluntariamente do Programa de Embaixadores Afya Palmas deverá preencher o formulário eletrônico oficial de solicitação de desligamento, disponibilizado pela Instituição, informando obrigatoriamente seu nome completo, curso, matrícula, motivo da solicitação e data pretendida para o encerramento de suas atividades. Recomenda-se que a solicitação seja realizada com antecedência mínima de 15 (quinze) dias corridos, salvo situações excepcionais devidamente justificadas. O envio do formulário constituirá o registro formal da solicitação e dará início ao processo administrativo de desligamento, conforme as demais disposições deste Edital.

II. O responsável pelo programa acusará recebimento em até 2 (dois) dias úteis e orientará a transição de publicações, entrega de materiais, retirada da identificação de embaixador nos perfis e formalização do encerramento.

III. O estudante assinará **Termo de Renúncia e Encerramento**, preferencialmente em até 5 (cinco) dias úteis da confirmação, com data de efeito, materiais pendentes, situação de conteúdos autorizados e registro de horas já conquistadas; a falta de assinatura não obriga a permanecer no programa se a renúncia tiver sido comprovadamente comunicada.

IV. O Marketing encerrará o relatório de entregas, encaminhará horas elegíveis para validação acadêmica e comunicará o Financeiro para cessar benefícios futuros a partir da data efetiva, nos limites do contrato e das regras de processamento.

10.3. Desligamento por iniciativa da Instituição - fluxo de apuração e decisão:

I. O Marketing, Comercial ou setor responsável registrará a ocorrência em relatório com data, item descumprido, evidências verificáveis, histórico de orientações e situação das entregas, com acesso restrito.

II. A coordenação responsável verificará inicialmente os fatos e, se houver risco concreto à segurança, à privacidade ou à imagem institucional, poderá suspender preventivamente o uso da marca e a atuação pública até a decisão, mediante justificativa escrita. A suspensão preventiva não constitui decisão final de desligamento.

III. O estudante receberá comunicação oficial escrita com descrição objetiva dos fatos, regras aplicáveis, documentos pertinentes e prazo de 5 (cinco) dias úteis para apresentar manifestação ou justificativas, inclusive sobre desempenho insuficiente trimestral.

IV. A Comissão ou responsável designado analisará as provas e a manifestação, consultará o Marketing e as áreas competentes e emitirá decisão fundamentada em até 3 (três) dias úteis após o fim do prazo de manifestação.

V. Se determinado o desligamento, a decisão informará a data de efeito, encerramento das atividades, regras sobre desconto futuro, certificação de horas já validadas, retirada de identificação institucional e possibilidade de pedido de reconsideração em até 2 (dois) dias úteis.

VI. A Direção Geral ou instância revisora designada decidirá sobre a reconsideração em até 3 (três) dias úteis. Concluído o processo, será emitido **Termo de Desligamento Institucional** para ciência; a recusa de assinatura será registrada e não impedirá a eficácia da decisão regularmente comunicada.

VII. Marketing, Comercial, Financeiro e Secretaria/Coordenação Acadêmica serão informados apenas do necessário para revogar acessos, atualizar registros, interromper benefícios futuros, contabilizar horas elegíveis e providenciar substituição.

10.4. O desligamento não cancelará automaticamente horas complementares de semanas anteriormente comprovadas e validadas, salvo fraude ou irregularidade específica devidamente apurada. Os efeitos financeiros observarão os termos do benefício, evitando cobranças retroativas não previstas em contrato.

10.5. Em caso de vacância, a Instituição convocará, preferencialmente em até 3 (três) dias úteis da formalização do desligamento, o próximo suplente habilitado do respectivo curso, desde que mantenha os requisitos do item 2 e formalize novo Termo de Compromisso. Se não houver suplente elegível, a Direção poderá autorizar seleção complementar, com divulgação de critérios e prazo.

10.6. Em toda saída serão registrados o responsável pela conferência das entregas, a situação dos conteúdos pendentes, a data de encerramento, a retirada da identificação de embaixador e o tratamento dos materiais e acessos institucionais.

11. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

11.1. A inscrição implica ciência das condições publicadas e dos critérios de seleção, sem prejuízo dos direitos previstos na legislação aplicável.

11.2. O planejamento mensal será fornecido pelo Marketing e atualizado em função de campanhas, calendário acadêmico e necessidades da instituição, com comunicação razoável aos embaixadores. Mudanças de roteiro não poderão gerar penalização por fatos imputáveis exclusivamente à Instituição.

11.3. Os casos omissos serão analisados pelo setor Comercial, com apoio do Marketing, Secretaria/Coordenação Acadêmica, Financeiro, Jurídico e Direção Geral, de acordo com a matéria e competências internas.

11.4. Alterações relevantes no edital durante a seleção serão divulgadas por retificação oficial; mudanças que afetem o julgamento observarão transparência, isonomia e preservação dos direitos dos participantes.

11.5. Antes da publicação deverão ser confirmados e preenchidos: vagas por curso, formulário, e-mail para recursos e renúncias, signatário, fluxo acadêmico de horas, regras e processamento do desconto, disponibilidade dos manuais de marca e instância competente para desligamento.

Palmas - TO, 23 de novembro de 2026.

RUDINEI SPADA
Direção Geral
Afya Faculdade de Ciências Médicas de Palmas