

DEFESO ELEITORAL 2026

SECRETARIA DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL 

APRESENTAÇÃO

Esta cartilha foi produzida pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM/PR) com o objetivo de orientar órgãos, ministérios, autarquias, fundações e demais entidades da administração pública federal sobre as regras de comunicação institucional durante o período de defeso eleitoral de 2026.

A proposta é apoiar as equipes de comunicação na adequação de conteúdos, campanhas, sites, redes sociais, eventos e demais peças institucionais, garantindo segurança jurídica, transparência e o correto cumprimento das normas eleitorais.

De 04 de julho a 25 de outubro 2026.

Nesse período:

- Fica proibida toda a publicidade institucional, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral (artigo 73, inciso VI bda Lei nº 9.504).
- Fica proibido o uso de nomes, slogans, símbolos, expressões, imagens ou outros elementos que permitam identificar autoridades, governos ou autoridades que estejam disputando cargo.

Não importa quando o conteúdo foi produzido ou autorizado, se estiver no ar durante o defeso, está irregular.

Conteúdo meramente informativo ou de serviço ao cidadão.

Exemplos práticos:



PODE:

- *“Saiba como acessar o benefício X”;*
- *“Vacinação começa amanhã, veja onde ir”.*



NÃO PODE:

- *“Governo amplia acesso e beneficia milhares”;*
- *“Gestão X entrega mais um avanço histórico”.*



Comunicação Institucional Digital

03

Como tratar posts orgânicos nas redes durante o defeso?

Ou arquiva todos os posts ou suspende o perfil. Se suspender o perfil, precisa criar um novo para publicação dos conteúdos do período de defeso, caso tenha necessidade.

Até 03 de julho:

- Revisar site;
- Revisar redes sociais;
- Revisar campanhas antigas;
- Revisar páginas especiais;
- Fotos do perfil.



OBSERVAÇÃO:

A orientação vale para todas as redes.

04

Perfis oficiais podem seguir, curtir ou interagir com candidatos?

Perfis institucionais não podem:

- Seguir candidatos;
- Curtir posts;
- Comentar;
- Compartilhar conteúdo;
- Marcar perfis.

Pode divulgar conteúdo educativo e de serviço, inclusive no defeso, mas só se for:

- Estritamente informativo ou pedagógico;
- Sem promoção de governo.

Exemplos práticos:



PODE:

- *“Passo a passo para acessar o benefício X”.*



NÃO PODE:

- *“Governo intensifica combate e protege a população”;*
- *“Ação do governo leva mais saúde para todos”;*
- *“Programa garante mais qualidade de vida”.*

Pode manter e atualizar sites de programas e políticas públicas? (ex.: Novo PAC, CGU, sites setoriais?)

- É permitida a manutenção desses portais desde que o conteúdo seja adequado para afastar o caráter de publicidade institucional;
- Caso contrário, deve ser suspenso ou removido.

Exemplos práticos:



PODE MANTER:

- Como acessar o programa;
- Critérios de participação;
- Dados técnicos e operacionais;
- Informações obrigatórias por transparência.

Sim, desde que se trate de cumprimento de obrigação de transparência. Isso inclui e-agendas (agenda de autoridades), dashboards, painéis de dados e relatórios em tempo real. A condição é que o conteúdo seja técnico e neutro.

Exemplos práticos:



PODE:

- Agenda com compromissos oficiais;
- Painel com números atualizados;
- Relatório técnico com dados.



NÃO PODE:

- Destaque para resultados como conquista;
- Linguagem que valoriza números.



ATENÇÃO:

A manutenção, em portais temáticos, de conteúdos que caracterizem publicidade institucional durante o período de defeso é considerada irregular, independentemente de sua data de publicação ou de conteúdo eleitoral explícito, conforme entendimento do TSE e da AGU.

Pode manter aquelas barras automáticas de notícias no site institucional?

Pode, desde que:

- O conteúdo seja meramente informativo;
- Não tenha caráter promocional.

Exemplos práticos:



PODE:

- Barra com avisos de serviço;
- Notícias neutras sobre funcionamento do órgão;
- Conteúdos informativos.



NÃO PODE:

- Destaque automático de entregas da gestão;
- Notícias com tom de comemoração;
- Conteúdo que valorize ações do governo.

Pode manter, inclusive **no período eleitoral**, desde que tenham **caráter operacional e informativo**.

Exemplos práticos:



PODE:

- Site explicando como submeter projeto;
- Cartilha com regras de participação;
- Sistema de inscrição e acompanhamento.



NÃO PODE CONTER:

- Slogan de governo;
- Marca de gestão;
- Fotos de autoridades;
- Elementos que promovam a gestão.

Não. Agentes públicos devem evitar a publicação de conteúdos de campanha eleitoral durante o horário de expediente, especialmente quando houver vínculo com a função pública exercida.

Também não é recomendável utilizar recursos públicos como Wi-Fi institucional, computadores, celulares funcionais ou qualquer infraestrutura de órgãos públicos para produzir, acessar ou divulgar material de campanha eleitoral.



**Demais
Orientações**

Qual a orientação para assinaturas em cards e/ou peças gráficas?

Cada Ascom precisa retirar slogans, símbolos, cores associadas à gestão atual conforme manual de assinaturas. **O brasão da República deve ser utilizado no período do defeso.**

Exemplos práticos:



PODE:

- Brasão da República.



NÃO PODE:

- Marca de programa;
- Slogan de governo;
- Identidade visual que remeta à gestão atual.

É enaltecimento quando o conteúdo:

- Destaca resultados da gestão como conquista;
- Valoriza ações, programas ou entregas;
- Constrói imagem positiva do governo ou de gestores, mesmo que indiretamente.

Exemplos práticos:



PODE:

- *“Agência do INSS será fechada amanhã devido a reformas”;*
- *“Serviço X está disponível a partir de hoje”.*



NÃO PODE:

- *“Governo amplia atendimento e melhora a vida da população”;*
- *“Mais uma entrega importante da gestão”;*
- *“Resultado histórico alcançado pelo governo”.*



ATENÇÃO:

O conteúdo pode ser considerado enaltecimento mesmo sem citar candidato ou sem intenção explícita

Sim, desde que esteja dentro do padrão de assinaturas permitido no período de defeso.

Exemplos práticos:



PODE:

- Placa informando obra (objeto, órgão, prazo);
- Backdrop neutro, institucional;
- Brasão da República.



NÃO PODE:

- Painel com nome, foto ou destaque de autoridade;
- Fundo cheio de marca, slogan ou identidade de governo;
- Estrutura grande com impacto visual tipo outdoor.

14

Precisa retirar marcas do governo de prédios e veículos?

Sim. Nenhum slogan, símbolo ou cores associadas à gestão podem ficar.

15

O que pode ser feito em situação de emergência ou calamidade pública?

A atuação deve estar formalmente justificada. A comunicação só deve ocorrer **quando houver claro interesse público, devidamente justificado pela área jurídica do órgão (CONJUR)**. Além disso, o conteúdo precisa ser submetido à SECOM e encaminhado com briefing e peças para avaliação da autoridade eleitoral competente. Em qualquer hipótese, a comunicação deve ser estritamente informativa, sem caráter promocional.

Exemplos práticos:



PODE:

- Comunicar auxílio à população afetada;
- Informar como acessar benefício emergencial;
- Divulgar ações de atendimento.

Pode divulgar, porque é obrigação de transparência, especialmente:

- ENADE;
- Vestibulares;
- Listas de aprovados.

Exemplos práticos:

PODE:

- *“Confira os resultados do ENADE 2026”;*
- *“Lista de aprovados disponível aqui”;*
- *“Dados podem ser consultados no sistema”.*

NÃO PODE:

- *“Resultados mostram avanço da educação no governo”;*
- *“Desempenho histórico comprova melhoria da gestão”;*
- *“Políticas públicas elevam a qualidade do ensino”.*

Pode produzir, disponibilizar e divulgar livros e relatórios institucionais?

Sim, desde que tenham caráter técnico, informativo ou de prestação de contas. **Durante o período de defeso, é vedado lançar, promover ou dar destaque a esses materiais em qualquer canal institucional.**

Exemplos práticos:

PODE:

- Disponibilizar relatório no site;
- Publicar material técnico para consulta;
- Manter acesso a conteúdo institucional.

NÃO PODE:

- Evento de lançamento com divulgação;
- Campanha para dar visibilidade ao material;
- Destaque em redes sociais com tom de entrega.

No exterior valem as mesmas regras para embaixadas, consulados, inclusive em idioma estrangeiro?

Sim, valem as mesmas regras do Brasil.

Pode realizar normalmente, **a lei não proíbe a ação em si**. O problema está na forma de comunicar.

Durante o defeso:

- Comunicação deve ser estritamente informativa;
- Sem promoção, sem narrativa de entrega.

Exemplos práticos:



PODE

- *“Operação foi realizada na região X”;*
- *“Ação ocorreu com participação de órgãos Y e Z”.*



NÃO PODE:

- *“Governo reforça segurança com operação estratégica”;*
- *“Ação demonstra compromisso com a população”;*
- *“Resultado comprova eficiência da gestão”.*

Não podem. As estatais somente podem fazer publicidade de produtos e serviços que atuem em concorrência.

Exemplo: Caixa pode lançar nova modalidade de financiamento. Banco do Brasil pode fazer campanha do mais novo cartão de crédito.

Exemplos práticos:



NÃO PODE:

- Campanhas publicitárias;
- Ações de live marketing;
- Ativações promocionais.

21

Se o patrocínio é obrigatório por lei, pode executar normalmente no ano eleitoral?

Pode executar, porque é obrigação legal, desde que respeitando regras do manual de marca.

22

Pode celebrar aniversário do órgão ou data comemorativa?

Pode, desde que:

- Faça parte do calendário regular;
- Tenha caráter informativo;
- Não promova gestão ou autoridade.

Exemplos práticos:

PODE:

- “Hoje é o Dia Mundial da Água”;
- “Órgão completa X anos”.

NÃO PODE:

- “Órgão celebra avanços históricos da gestão”;
- “Gestão atual transformou a atuação da instituição”.

23

Quem é responsável por retirar marca, slogan e identidade do governo nos canais?

A **responsabilidade é de cada órgão ou ministério**, cabendo a cada um revisar seus conteúdos.

24

O que acontece se descumprir as regras?

Quem pode ser responsabilizado:

Qualquer agente público (inclusive quem autoriza, publica ou mantém conteúdo).

Possíveis consequências:

- Multa;
- Suspensão da ação ou conteúdo;
- Outras sanções administrativas, civis e penais.



ATENÇÃO:

Responsabilidade é individual e objetiva. Em caso de dúvidas, consultar órgão de assessoramento jurídico.

