

GUIA DE ORIENTAÇÃO:

Condutas Vedadas e Comunicação Institucional nas Eleições **2026**



Para Assessorias de
Comunicação das
Secretarias Estaduais
de Educação



FICHA CATALOGRÁFICA

| | |
|---------------------------------|--|
| Título | Guia de Orientação: Condutas Vedadas e Comunicação Institucional nas Eleições 2026 |
| Organização | Conselho Nacional de Secretários de Educação — CONSED |
| Responsabilidade Técnica | Evandro Borges Arantes Advogado (OAB/DF 73.036 OAB/TO 1.658) http://lattes.cnpq.br/7203374150110662 |
| Local / Ano | Brasília — 2026 |
| Público-alvo | Equipes das Assessorias de Comunicação das Secretarias Estaduais de Educação |
| Base normativa | Resoluções TSE nº 23.755 e 23.760/2026; Lei nº 9.504/1997; LC nº 64/1990; LC nº 101/2000; CF/1988, art. 37, §1º; Cartilha AGU 2026 (11ª ed.) |
| CDU / CDD | 324.6 341.282 |

Este Guia de Orientação é um material de apoio elaborado pelo CONSED para uso exclusivo nas atividades de formação das Assessorias de Comunicação das Secretarias Estaduais de Educação. É permitida a reprodução parcial ou total para fins educativos, desde que citada a fonte.

APRESENTAÇÃO

Prezadas e prezados profissionais das Assessorias de Comunicação das Secretarias Estaduais de Educação,

Este Guia de Orientação foi elaborado pelo Conselho Nacional de Secretários de Educação (CONSED) para apoiar as equipes de comunicação das Secretarias Estaduais de Educação na compreensão e no cumprimento das regras eleitorais aplicáveis às suas rotinas de trabalho durante o ano de 2026.

O Brasil realiza, em outubro de 2026, eleições gerais para Governadores, Vice-Governadores, Deputados Estaduais, Deputados Federais, Senadores e Presidente da República. Trata-se de um momento de renovação democrática que impõe, ao mesmo tempo, um conjunto de restrições legais à atuação dos agentes públicos — especialmente no campo da comunicação institucional.

Para as equipes de comunicação das Secretarias de Educação, esse período exige atenção redobrada: sites, redes sociais, grupos de WhatsApp, releases, vídeos e qualquer outro canal de comunicação gerido com recursos públicos passam a ser objeto de escrutínio da Justiça Eleitoral, do Ministério Público e da sociedade.

O objetivo deste guia não é criar obstáculos ao trabalho das equipes de comunicação, mas exatamente o oposto: oferecer clareza e segurança jurídica para que cada profissional saiba o que pode e o que não pode fazer, e a partir de qual data. Por isso, cada regra é acompanhada de exemplos práticos, infográficos e orientações operacionais.

O descumprimento das regras eleitorais gera consequências pessoais graves — multas, processos administrativos, responsabilização por improbidade e até sanções penais — que recaem não apenas sobre os gestores, mas sobre toda a equipe que participou da produção ou da publicação do conteúdo irregular. Conhecer as regras é, portanto, a melhor forma de proteger a si mesmo, à sua equipe e à instituição.

O CONSED reafirma, com este material, seu compromisso com a democracia, com a transparência e com a integridade da comunicação pública. Que este guia seja um instrumento de segurança e confiança para todos os profissionais que, dia a dia, trabalham para que a educação pública continue chegando a cada estudante do Brasil — independentemente do calendário eleitoral.

Brasília, maio de 2026.

CONSED — Conselho Nacional de Secretários de Educação

SUMÁRIO

| | |
|--------------------|---|
| CAPÍTULO 1 | Por que existem as regras do Defeso Eleitoral? |
| CAPÍTULO 2 | Base Legal: o que diz a lei |
| CAPÍTULO 3 | Calendário Eleitoral 2026: as datas que você precisa conhecer |
| CAPÍTULO 4 | Quem está sujeito às regras? |
| CAPÍTULO 5 | Publicidade Institucional: o principal ponto de risco |
| CAPÍTULO 6 | Redes Sociais Oficiais: o maior ponto de exposição |
| CAPÍTULO 7 | Lives, Vídeos e Transmissões ao Vivo |
| CAPÍTULO 8 | Inteligência Artificial: a nova fronteira do risco |
| CAPÍTULO 9 | Bens, Estrutura e Servidores Públicos |
| CAPÍTULO 10 | As Consequências do Descumprimento |
| CAPÍTULO 11 | As 12 Zonas Vermelhas: condutas de alto risco |
| CAPÍTULO 12 | Checklist Operacional: o que fazer antes de 4 de julho |
| REFERÊNCIAS | Referências Normativas |

CAPÍTULO 1 — Por que existem as regras do Defeso Eleitoral?

1.1 O imperativo ético: democracia e isonomia

A democracia não se resume ao ato de votar. Ela exige que a disputa eleitoral seja travada em condições de igualdade — que nenhum candidato parta com vantagem artificial construída com recursos do Estado. É exatamente para garantir esse equilíbrio que o ordenamento jurídico brasileiro estabelece um conjunto de **condutas vedadas aos agentes públicos** em período eleitoral.

A lógica é simples: quem ocupa um cargo público tem acesso a recursos, estrutura, visibilidade e capacidade de influência que os demais candidatos não possuem. Se esse poder for utilizado para promoção pessoal ou eleitoral, a disputa deixa de ser justa. O cidadão, ao votar, deve estar escolhendo livremente entre propostas — não sendo influenciado pela máquina do Estado a serviço de quem já está no poder.

Princípio fundamental: A comunicação pública pertence ao cidadão, não ao governante. Ela existe para informar, orientar e prestar serviços — nunca para promover pessoas, gestões ou candidaturas.

Para as equipes de comunicação das Secretarias de Educação, isso significa que todo conteúdo produzido com recursos públicos — seja uma postagem no Instagram, um release de imprensa ou um vídeo no YouTube — deve passar pelo seguinte teste: ***"Isso serve ao cidadão ou serve à imagem de alguém?"***

1.2 Por que isso importa especialmente para a educação?

As Secretarias de Educação têm uma presença digital intensa e um relacionamento direto com milhões de famílias, estudantes, professores e gestores escolares. Essa capilaridade torna os canais de comunicação das Secretarias especialmente sensíveis em período eleitoral: qualquer conteúdo com tom promocional tem alcance amplificado e pode configurar, de forma mais evidente, uso da máquina pública em benefício eleitoral.

Além disso, as escolas são espaços de formação cidadã. Utilizá-las — direta ou indiretamente — para fins eleitorais representa uma contradição ética de primeira ordem, além de violação legal expressa.

CAPÍTULO 2 — Base Legal: o que diz a lei

| | |
|---|--|
| Constituição Federal Art. 37, § 1º | Proíbe que a publicidade dos órgãos públicos contenha nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores. Regra válida o ano inteiro, mais rigorosa em período eleitoral. |
| Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições) Arts. 73 a 78 | Principal instrumento das condutas vedadas. Lista o que os agentes públicos não podem fazer a partir de determinadas datas. Aplica responsabilidade objetiva: não é necessário comprovar intenção. |
| Lei Complementar nº 64/1990 Art. 22 | Trata do abuso de poder político e econômico. Condutas graves podem gerar inelegibilidade por 8 anos para todos os envolvidos. |
| Lei Complementar nº 101/2000 (LRF) Art. 48-A | Impõe deveres de transparência ativa que continuam vigentes no período eleitoral. Portais de transparência e dados orçamentários não são publicidade vedada — desde que sem elementos promocionais. |
| Resolução TSE nº 23.760/2026 | Calendário oficial das Eleições 2026. Fixa as datas a partir das quais cada vedação passa a vigorar. Principal referência para planejamento da comunicação. |
| Resolução TSE nº 23.755/2026 | Atualiza as regras sobre propaganda eleitoral e internet. Inovações: regulamentação de lives, uso de inteligência artificial, identificação de conteúdo sintético e regras para o ambiente digital. |

CAPÍTULO 3 — Calendário Eleitoral 2026: as datas que você precisa conhecer

O planejamento da comunicação institucional em 2026 deve ser organizado em torno de um conjunto de datas-chave. A tabela abaixo consolida os marcos mais relevantes para as assessorias de comunicação:

| Data | Marco | O que muda para a comunicação |
|------------|---|--|
| 1º/01/2026 | Início das restrições à distribuição de bens | Proibida a distribuição gratuita de bens, valores ou benefícios, salvo calamidade, emergência ou programas sociais já em execução |
| 1º/01/2026 | Restrição de gastos com publicidade | No 1º semestre, gastos com publicidade não podem exceder 6x a média mensal dos últimos 3 anos |
| 04/07/2026 | ⚠ INÍCIO DO DEFESO ELEITORAL (3 meses antes do 1º turno) | Proibida toda publicidade institucional. Sites, redes sociais e canais devem ser revisados e limpos de slogans, fotos promocionais e marcas de gestão |
| 04/07/2026 | Vedação de inaugurações com shows | Proibida a contratação de shows artísticos pagos com recursos públicos em inaugurações |
| 15/08/2026 | Prazo final para registro de candidaturas | Candidatos registrados; qualquer promoção pessoal de candidato em canal oficial é ainda mais grave |
| 16/08/2026 | Início da propaganda eleitoral | Candidatos e partidos podem fazer campanha; canais oficiais do Estado NÃO podem se confundir com canais de campanha |
| 04/10/2026 | 1º TURNO DAS ELEIÇÕES | Dia de votação |
| 25/10/2026 | 2º TURNO (se houver) | Dia de votação |
| 19/12/2026 | Diplomação dos eleitos | Encerramento formal do processo eleitoral |
| 01/01/2027 | Posse dos eleitos | Início dos novos mandatos |

Atenção especial à data de 4 de julho de 2026. É o marco mais crítico para as assessorias de comunicação. A partir dessa data, a proibição de publicidade institucional é absoluta — não há exceção para conteúdo "meramente informativo" ou "educativo". A única exceção é a comunicação de **grave e urgente necessidade pública**, reconhecida previamente pela Justiça Eleitoral.

CAPÍTULO 4 — Quem está sujeito às regras?

4.1 O conceito amplo de agente público

Um dos erros mais comuns é acreditar que as regras eleitorais se aplicam apenas a governadores, secretários ou candidatos. **Não é assim.** Para fins eleitorais, o conceito de agente público é extremamente amplo e abrange qualquer pessoa que exerça mandato, cargo, emprego ou função na Administração Pública — direta ou indireta, ainda que de forma temporária, comissionada ou sem remuneração.

No contexto das Secretarias de Educação, isso significa que **toda a equipe da Assessoria de Comunicação** — jornalistas, designers, gestores de redes sociais, fotógrafos, videomakers, analistas de comunicação e até estagiários — está sujeita às regras eleitorais.

QUEM É CONSIDERADO AGENTE PÚBLICO?

Para fins eleitorais, o conceito é muito mais amplo do que você imagina



Governadores e Vice-Governadores



Secretários de Estado



Deputados Estaduais e Federais



Servidores Efetivos



Comissionados e Contratados Temporários



Jornalistas e Assessores de Comunicação



Designers e Equipes de Redes Sociais



Terceirizados em Função Pública



ATENÇÃO: Toda a equipe da Assessoria de Comunicação está sujeita às regras eleitorais!

Atenção prática: Não é necessário ser candidato, nem ter cargo de chefia, para ser responsabilizado por uma conduta vedada. O servidor que produz, aprova ou publica um conteúdo irregular pode responder pessoalmente — mesmo que tenha agido por orientação de um superior.

4.2 A responsabilidade é pessoal

A responsabilidade pelas condutas vedadas é **pessoal e intransferível**. Não basta dizer "fiz porque o chefe mandou". A legislação eleitoral não admite essa excludente. Isso não significa que a hierarquia seja irrelevante — significa que cada profissional deve conhecer os limites legais e ter condições de recusar ou questionar orientações que os violem.

CAPÍTULO 5 — Publicidade Institucional: o principal ponto de risco

5.1 O que é publicidade institucional lícita?

A publicidade institucional lícita é aquela que **informa, orienta e presta serviços ao cidadão**. Ela não promove pessoas, não celebra realizações de governo e não cria associações entre a gestão pública e uma candidatura.

PUBLICIDADE INSTITUCIONAL: O QUE PODE E O QUE NÃO PODE



PODE: COMUNICAÇÃO DE SERVIÇO

- ✓ 1. Calendário escolar e período de matrículas
- ✓ 2. Informações sobre transporte escolar
- ✓ 3. Alertas de segurança e emergência
- ✓ 4. Canais de atendimento ao cidadão
- ✓ 5. Datas de provas e avaliações
- ✓ 6. Dados de transparência (portal da LRF)
- ✓ 7. Comunicados sobre funcionamento das escolas



NÃO PODE: PUBLICIDADE VEDADA (a partir de 04/07/2026)

- ✗ 1. Fotos ou vídeos destacando o Governador ou Secretário
- ✗ 2. Slogans e marcas de governo
- ✗ 3. Retrospectivas e balanços de gestão
- ✗ 4. Entrega de obras, ônibus, tablets com tom celebratório
- ✗ 5. Impulsionamento de conteúdo institucional
- ✗ 6. Lives com autoridades candidatas
- ✗ 7. Repostagens de perfis de candidatos





Regra de ouro: Serve ao cidadão? PODE. Promove alguém? NÃO PODE.

5.2 A vedação absoluta a partir de 4 de julho de 2026

A partir de **4 de julho de 2026**, fica **terminantemente proibida** a publicidade institucional de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos, com **apenas uma exceção**: casos de **grave e urgente necessidade pública**, reconhecidos previamente pela Justiça Eleitoral.

| Situação | Classificação | Justificativa |
|--|---------------|---|
| Foto do Secretário entregando tablets com legenda celebratória | 🚫 PROIBIDO | Promoção pessoal de autoridade + publicidade de programa de governo |
| Post: "Inscrições abertas para o Programa X até 30/08 — acesse o portal" | ✓ PERMITIDO | Comunicação de serviço, sem destaque a autoridade |

| | | |
|--|--|--|
| | | ou slogan de gestão |
| Vídeo institucional com vinheta contendo slogan de governo |  PROIBIDO | Slogan de governo equivale a promoção pessoal vedada pelo art. 37, §1º, CF |
| Aviso de suspensão de aulas por chuvas intensas |  PERMITIDO | Comunicação de urgência e serviço ao cidadão |

5.3 O que deve ser feito antes de 4 de julho de 2026

| O que revisar | Ação necessária |
|----------------------------------|---|
| Site institucional | Remover banners, slogans, fotos promocionais e marcas de gestão |
| Redes sociais | Revisar bio, foto de capa e posts fixados; remover conteúdo com tom promocional |
| WhatsApp e grupos de transmissão | Atualizar imagem de perfil e descrição; suspender campanhas institucionais |
| Materiais impressos e digitais | Suspender campanhas que contenham elementos de promoção pessoal |
| Vídeos e playlists no YouTube | Remover ou tornar privados vídeos com slogans de governo ou destaque a autoridades candidatas |

CAPÍTULO 6 — Redes Sociais Oficiais: o maior ponto de exposição

As redes sociais das Secretarias de Educação são, hoje, o canal de comunicação de maior alcance e, ao mesmo tempo, o maior ponto de risco jurídico em período eleitoral. A regra fundamental é: **o perfil oficial da Secretaria não é uma extensão do perfil pessoal de nenhuma autoridade**. Ele pertence ao Estado e deve servir exclusivamente ao cidadão.

REDES SOCIAIS OFICIAIS EM PERÍODO ELEITORAL

O que a equipe de comunicação deve fazer e evitar

| 🕒 ANTES DE 04/07/2026 - REVISE AGORA | ❌ NUNCA FAÇA (a partir de 04/07) | ✅ SEMPRE PERMITIDO |
|--|---|---|
| 🕒 Remova slogans e marcas de governo da bio | ❌ Postar foto/vídeo destacando autoridade candidata | ✅ Informar sobre matrículas e calendário |
| 🕒 Troque fotos de capa com imagens promocionais | ❌ Compartilhar conteúdo de candidato ou partido | ✅ Divulgar canais de atendimento |
| 🕒 Arquive posts com tom celebratório de obras/entregas | ❌ Usar hashtags de campanha eleitoral | ✅ Comunicar emergências e alertas |
| 🕒 Suspenda campanhas institucionais programadas | ❌ Impulsionar conteúdo institucional | ✅ Publicar dados de transparência |
| 🕒 Revise hashtags associadas à gestão | ❌ Responder ataques políticos pelo perfil oficial | ✅ Responder dúvidas sobre serviços públicos |
| 🕒 | ❌ Fazer <i>collab</i> com perfil de candidato | |



As redes sociais oficiais devem servir ao interesse público, com informação, transparência e responsabilidade.

Em período eleitoral, a regra é: informar, não promover.

6.3 WhatsApp e grupos de transmissão institucionais

Os grupos de WhatsApp e listas de transmissão mantidos pela Secretaria são **canais oficiais** e estão sujeitos às mesmas regras das redes sociais. Antes de 4 de julho, a equipe deve atualizar a foto de perfil e a descrição dos grupos, removendo slogans ou marcas de governo, e revisar as mensagens fixadas. A partir de 4 de julho, os grupos devem ser utilizados exclusivamente para comunicações de serviço.

6.4 Impulsioneamento e patrocínio de conteúdo

O impulsioneamento pago de publicações em redes sociais com recursos públicos é **terminantemente vedado** a partir de 4 de julho de 2026. Isso inclui qualquer forma de patrocínio, promoção ou boost de conteúdo nas plataformas digitais, independentemente do valor investido ou do caráter do conteúdo.

Atenção: Mesmo que o conteúdo seja "apenas informativo", o impulsioneamento pago com recursos públicos é vedado no período eleitoral. O TSE interpreta o gasto com publicidade como forma de promoção institucional vedada.

CAPÍTULO 7 — Lives, Vídeos e Transmissões ao Vivo

A Resolução TSE nº 23.755/2026 reforçou a disciplina sobre transmissões ao vivo. A partir de **16 de agosto de 2026**, a realização de live por pessoa candidata com intuito de promoção pessoal pode equivaler a ato de campanha eleitoral. Para as Secretarias, isso exige cautela em transmissões de inaugurações, formações online com autoridades e vídeos sobre programas educacionais.

A pergunta-chave: *"Esta transmissão é indispensável à execução da política pública, ou ela funciona principalmente como vitrine para a autoridade?"* Se a resposta for "vitrine", a transmissão não deve ser realizada.

CAPÍTULO 8 — Inteligência Artificial: a nova fronteira do risco

A Resolução TSE nº 23.755/2026 exige **identificação explícita, destacada e acessível** sempre que um conteúdo sintético multimídia for produzido ou manipulado por IA. São terminantemente vedadas: criação de deepfakes de autoridades, clonagem de voz, simulação de fala de Governadores ou Secretários, e produção de conteúdo que possa ser confundido com manifestação real de indivíduos.

CAPÍTULO 9 — Bens, Estrutura e Servidores Públicos

É terminantemente vedado utilizar bens, materiais, equipamentos ou serviços públicos em benefício de qualquer candidatura, partido ou federação. No contexto das Secretarias de Educação, a vedação abrange veículos oficiais, equipamentos de filmagem, auditórios e espaços físicos das escolas, mailing institucional, banco de imagens oficial e servidores em horário de expediente.

ATENÇÃO REDOBRADA: IA, LIVES E BENS PÚBLICOS

|  INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL |  LIVES E TRANSMISSÕES |  BENS E ESTRUTURA PÚBLICA |
|--|--|---|
| <p>Res. TSE 23.755/2026</p> <ul style="list-style-type: none">  Proibido criar <i>deepfakes</i> ou clonagem de voz de autoridades  Proibido simular fala de governadores ou secretários  Proibido gerar vídeos sintéticos de pessoas reais <p> Todo conteúdo gerado por IA deve ser identificado explicitamente</p> <p> Documente internamente o uso de ferramentas de IA</p> <p> Evite IA generativa em conteúdos sensíveis no período eleitoral</p> | <p>A partir de 16/08/2026</p> <ul style="list-style-type: none">  Lives de inaugurações com autoridades candidatas  Transmissões de entrega de obras ou equipamentos  Lives institucionais com conteúdo de promoção pessoal <p> Pergunte: é indispensável à política pública ou é vitrine?</p> <p> Formações online: evite presença de autoridades candidatas</p> | <ul style="list-style-type: none">  Veículos oficiais para atos de campanha  Equipamentos de filmagem e fotografia do Estado  Auditórios e escolas como espaços de campanha  Mailing institucional para fins eleitorais  Servidores trabalhando para campanha no expediente  Banco de imagens oficial cedido a candidatos |
| <p> Misturar estrutura pública com campanha eleitoral = abuso de poder + responsabilidade pessoal</p> | | |

9.2 A conduta do servidor no ambiente de trabalho

O servidor público pode, na sua vida privada, apoiar candidatos e exercer seus direitos políticos. O que é vedado é **misturar** essa atividade privada com o exercício da função pública. Durante o horário de expediente e no ambiente de trabalho, o servidor não pode usar computadores, impressoras ou equipamentos do Estado para atividades de campanha, usar o e-mail institucional para comunicações eleitorais, usar o uniforme ou crachá funcional em atos de campanha, ou pressionar colegas a apoiar candidaturas.

CAPÍTULO 10 — As Consequências do Descumprimento

10.1 Responsabilidade objetiva: não é preciso ter intenção

As condutas vedadas funcionam como **responsabilidade objetiva**. O TSE consolidou o entendimento de que não é necessário comprovar dolo ou culpa: basta que o ato praticado esteja entre aqueles proibidos pela lei.

"A configuração das condutas vedadas prescritas no art. 73 da Lei nº 9.504/97 se dá com a mera prática de atos, desde que esses se subsumam às hipóteses ali elencadas, porque tais condutas, por presunção legal, são tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre os candidatos no pleito eleitoral, sendo desnecessário comprovar-lhes a potencialidade lesiva."
 — TSE, REspe nº 45.060

10.2 As três esferas de responsabilização

| Esfera | Base Legal | Principais Sanções |
|-----------------------|--|---|
| ELEITORAL | Lei nº 9.504/1997 Resoluções TSE | Multa de R\$ 5.000 a R\$ 100.000; suspensão de transferências voluntárias; cassação de registro ou diploma; inelegibilidade por 8 anos (abuso de poder) |
| ADMINISTRATIVA | Lei nº 8.112/1990 Lei nº 8.429/1992 | PAD; demissão; improbidade administrativa; ressarcimento ao erário; suspensão dos direitos políticos |
| PENAL | Código Eleitoral Lei nº 13.869/2019 | Crime eleitoral; abuso de autoridade; detenção ou reclusão |

Ponto crítico: As três esferas são **independentes e cumulativas**. Um mesmo ato pode gerar multa eleitoral, processo administrativo disciplinar e processo penal simultaneamente — e todos podem resultar em condenação.

CAPÍTULO 11 — As 12 Zonas Vermelhas: condutas de alto risco

Elencamos as doze condutas de comunicação consideradas **zonas vermelhas** — aquelas que representam o maior risco jurídico e que devem ser abolidas das rotinas das Assessorias de Comunicação:

| | |
|----|---|
| 1 | ⊖ Postar imagens ou vídeos de autoridade candidata em perfil oficial |
| 2 | ⊖ Publicar retrospectivas de realizações ou balanços da gestão |
| 3 | ⊖ Utilizar slogan, logotipo ou identidade visual de governo em qualquer canal |
| 4 | ⊖ Impulsionar conteúdo institucional a partir de 4 de julho |
| 5 | ⊖ Publicar entrega de bens ou obras com tom celebratório ou festivo |
| 6 | ⊖ Usar servidores da comunicação para produzir material de campanha no expediente |
| 7 | ⊖ Repostar ou compartilhar a agenda de candidatos pelo perfil oficial |
| 8 | ⊖ Ceder o banco de imagens oficial para uso em campanhas eleitorais |
| 9 | ⊖ Realizar live institucional com conteúdo de promoção pessoal |
| 10 | ⊖ Manter no ar sites com banners, vídeos ou slogans de governo após 4 de julho |
| 11 | ⊖ Publicar conteúdo que compare a gestão atual com governos anteriores |
| 12 | ⊖ Usar canais oficiais para responder a debates eleitorais ou críticas de adversários |

CAPÍTULO 12 — Checklist Operacional: o que fazer antes de 4 de julho

O checklist abaixo deve ser utilizado como ferramenta de controle interno pela equipe de comunicação. Cada item marcado representa uma medida concreta de proteção jurídica para o servidor e para a instituição.

CHECKLIST: O QUE FAZER ANTES DE 04/07/2026

Guia operacional para a equipe de comunicação



1. SITE E PORTAL INSTITUCIONAL

- Remover banners com slogans ou marcas de governo
- Substituir fotos de autoridades em destaque por imagens neutras
- Revisar textos que contenham linguagem promocional
- Verificar se vinhetas de vídeos contêm elementos vedados



2. REDES SOCIAIS E WHATSAPP

- Atualizar bio e descrição dos perfis (remover slogans)
- Substituir fotos de capa com conteúdo promocional
- Arquivar posts celebratórios de obras e entregas
- Cancelar impulsionamentos agendados
- Revisar grupos de WhatsApp e listas de transmissão



3. PROCESSOS INTERNOS

- Criar comitê interno de validação eleitoral
- Treinar toda a equipe sobre as regras eleitorais
- Documentar justificativas para comunicações urgentes
- Consultar assessoria jurídica antes de campanhas sensíveis



Guarde este checklist! Cada item marcado é uma proteção para você e sua equipe.

12.1 Recomendações finais de prevenção

| | |
|---|--|
| Criar um Comitê Interno de Validação Eleitoral | Composto por representantes da Assessoria de Comunicação, da Assessoria Jurídica e da Chefia de Gabinete, responsável por revisar e aprovar toda comunicação institucional produzida a partir de 4 de julho. |
| Estabelecer protocolo de aprovação prévia | Para qualquer publicação nas redes sociais, site ou canais de comunicação durante o período eleitoral, com registro documental da aprovação. |
| Orientar os gestores escolares | Diretores, coordenadores e professores devem ser informados sobre a proibição de ceder espaços físicos das escolas para atos de campanha. |
| Arquivar todas as peças publicadas | Com registro de data, responsável pela aprovação e justificativa técnica, especialmente para comunicações realizadas após 4 de julho. |

SÍNTESE FINAL: A LÓGICA DE SEGURANÇA

Em ano eleitoral, a comunicação pública não deve disputar a narrativa política. Seu papel exclusivo é servir ao cidadão. Quanto mais próxima a comunicação estiver da autopromoção, da celebração de feitos do governo ou da visibilidade de uma autoridade, maior será o risco eleitoral e jurídico.

| | |
|--------------------------------|---------------------------------------|
| Serviço, sim. | Promoção, não. |
| Informação, sim. | Propaganda institucional vedada, não. |
| Utilidade pública, sim. | Vantagem eleitoral, jamais. |

REFERÊNCIAS NORMATIVAS

- Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, art. 37, § 1º.
- Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), arts. 73 a 78.
- Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990 (Lei das Inelegibilidades), art. 22.
- Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000 (Lei de Responsabilidade Fiscal), art. 48-A.
- Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011 (Lei de Acesso à Informação), arts. 8º e 10.
- Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992 (Lei de Improbidade Administrativa).
- Lei nº 13.869, de 5 de setembro de 2019 (Lei de Abuso de Autoridade).
- Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.755**, de 2 de março de 2026 (Propaganda Eleitoral e Internet).
- Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.760**, de 2 de março de 2026 (Calendário Eleitoral 2026).
- Advocacia-Geral da União. **Cartilha Eleitoral: Condutas Vedadas aos Agentes Públicos Federais nas Eleições 2026**, 11ª edição, 2026.
- Tribunal Superior Eleitoral. REspe nº 45.060 (responsabilidade objetiva nas condutas vedadas).



Evandro Borges Arantes

Responsabilidade Técnica

Advogado, Consultor Jurídico e Professor Universitário

OAB/DF 73.036 | OAB/TO 1.658

Mestre em Prestação Jurisdicional e Direitos Humanos, com especializações em Ciências Jurídico-Políticas, Direito Público, Constitucional e Administrativo. Atua como Consultor Jurídico do CONSED e da Undime, e preside a ABRADE – Seccional Tocantins. Exerceu os cargos de Secretário Executivo de Educação de Palmas/TO, Presidente do CEE/TO (2017-2018 e 2021-2023), Vice-Presidente do CACS/Fundeb (nacional) e Pró-Reitor da UNITINS. É autor dos livros "O Direito à Educação no Brasil" e "Direito Educacional em Perspectiva".

>> Currículo Lattes: lattes.cnpq.br/7203374150110662

consed



Siga-nos no Instagram

 /consedbr