



ORIENTAÇÕES PARA A COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DURANTE O **DEFESO ELEITORAL**

SECRETARIA DE
COMUNICAÇÃO E
MARKETING



UNIVERSIDADE
FEDERAL DO CEARÁ

2026

Apresentação

Com a aproximação do período eleitoral, os órgãos públicos e seus agentes precisam adequar certas ações para não infringir normas de conduta e gerar penalizações. Entre as ações que passam por restrições, estão as de comunicação.

Para facilitar a compreensão sobre o chamado “defeso eleitoral”, a Advocacia-Geral da União (AGU) elaborou a 11ª edição da Cartilha Eleitoral Condutas Vedadas aos Agentes Públicos Federais nas Eleições para servir como um guia prático de orientações voltadas aos agentes públicos federais durante as eleições de 2026. A partir dela, a Secretaria de Comunicação Social (Secom) da Presidência da República preparou um documento próprio, com orientações e exemplos das condutas proibidas e permitidas no que se refere à comunicação de órgãos públicos federais.



O documento da AGU detalha as condutas proibidas pela legislação de uma maneira geral, buscando impedir que a máquina administrativa seja utilizada para beneficiar candidaturas, garantindo, assim, a igualdade de oportunidades no pleito. Estão incluídos esclarecimentos sobre quem se enquadra na categoria de agente público, além de regras rígidas sobre publicidade institucional, uso de recursos governamentais e limites para propaganda eleitoral.

O material também conecta essas infrações aos conceitos de abuso de poder e improbidade administrativa, enfatizando que a simples prática do ato vedado já configura irregularidade. Por fim, a cartilha incorpora diretrizes da Comissão de Ética Pública e um calendário eleitoral para promover a transparência e a segurança jurídica na gestão pública.

O detalhamento sobre as condutas vedadas e permitidas em relação à comunicação pode ser visto, na cartilha da AGU, no **item 5.2, da página 41 à 58**. O manual da Secom tem 24 páginas e é exclusivamente voltado para as ações de comunicação.

Nas páginas a seguir, elencamos algumas orientações importantes que podem ser extraídas dos dois materiais.

Secretaria de Comunicação e Marketing da UFC

Orientações pertinentes

1. Durante os três meses do defeso eleitoral, que se inicia dia **4 de julho de 2026** e vai até o final do **2º turno**, é **proibida** a realização de **publicidade institucional**, ainda que realizada sem ofensa ao art. 37, parágrafo 1º da Constituição Federal, ou seja, **mesmo que tenha exclusivo caráter educativo, informativo ou de orientação social**. Caso haja segundo turno, as vedações continuam valendo.

Para ficar claro: a publicidade institucional se refere a qualquer conteúdo elogioso que indique que determinada gestão está sendo positiva, que alcançou “ótimos resultados”, que é “a melhor”. Isso vale para instituições públicas federais, estaduais, municipais e inclui as universidades federais. **ESTE TIPO DE CONTEÚDO ESTÁ VEDADO DURANTE O DEFESO ELEITORAL.**

2. Também **não se pode manter publicidade vedada** (mesmo que tenha sido produzida anteriormente). É necessário tirá-la do ar.



3. **Não há conduta vedada** (art. 73 da [Lei das Eleições](#)) na hipótese em que a **notícia** veiculada no portal do órgão da administração pública possua **conteúdo meramente informativo**.

O QUE É UM MATERIAL INFORMATIVO? É um texto, ou card, ou vídeo, que se restrinja a informar sobre determinado assunto, sem adjetivações. Pode informar sobre um evento, sobre o resultado de uma avaliação, sobre um projeto de pesquisa ou de extensão, sobre uma reunião. Não pode incluir elogios ou uma argumentação que possa ser interpretada como um enaltecimento à gestão. Deve-se restringir a informar que tal situação aconteceu em tal dia, ou que determinado projeto realizou tais ações, com um relato bem descritivo. Deve-se **evitar**, inclusive, incluir aspas dos gestores nestes materiais informativos, já que, em geral, tais falas são usadas para ressaltar a importância da ação relatada.



4. A publicidade institucional vedada é comprovada pela **indicação de nomes, slogans, símbolos, expressões, imagens ou outros elementos que permitam identificar autoridades, governos ou administrações** cujos cargos estejam em disputa na campanha eleitoral. Por isso, durante o defeso eleitoral, os agentes públicos devem adotar as providências necessárias para **adequar o conteúdo dos sítios, canais e demais meios de informação oficiais a essas diretrizes, ainda que a divulgação tenha sido autorizada em momento anterior.**



Na prática:

- Dever de adequação: três meses antes do pleito (ou seja, até o dia 3 de julho de 2026), os agentes públicos devem obrigatoriamente adequar o conteúdo dos canais oficiais, para manter no ar apenas o conteúdo estritamente informativo. A Secom recomenda que **todo o conteúdo produzido até a data do início do defeso que contenha menções e/ou imagens de possíveis candidatos, ou ainda menções a slogans de governo/gestões e que possam se configurar em publicidade institucional seja arquivado** (tanto nas redes sociais como nos portais). Uma medida que pode facilitar este processo, caso seja necessário, é arquivar todo o conteúdo produzido até esta data.
- Remoção de identificadores: devem ser removidos nomes, slogans, símbolos, expressões ou imagens que permitam a identificação de autoridades, governos ou administrações cujos cargos estejam em disputa. Isso vale para placas e itens de sinalização (inclusive camisetas, bottons e demais materiais promocionais). Apenas o **brasão da universidade** e da **República** podem ser usados, nada de marcas. Isso inclui as **placas de obras** e outros ambientes sinalizados com estas logomarcas. É necessário cobri-las durante o defeso.

- **Perfis institucionais NÃO podem curtir, comentar, compartilhar nem seguir perfis de candidatos.** ATENÇÃO para verificar se algo do gênero aconteceu no passado para excluir.
- **Conteúdo informativo vs. publicidade:** o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) entende que **notícias com conteúdo meramente informativo** (sem promoção pessoal ou exaltação de gestão) **não caracterizam conduta vedada**. Isso significa **informar sobre algo, sem adjetivos**. Na cartilha da Secom há bons exemplos de textos válidos e daqueles que estão vedados.
- **Informações sobre processos seletivos, concursos, editais em geral e notas de pesar** não precisam ser arquivadas e sua produção pode ser mantida normalmente durante o defeso eleitoral. Só não se deve usar as marcas do governo (MEC, Governo do Brasil etc.).



- **Informações obrigatórias:** A permanência de dados sobre orçamento, execução de despesas e receitas, licitações, convênios e remuneração de servidores é assegurada, desde que respeitadas as restrições de impessoalidade.
- Agentes públicos devem **evitar até dar entrevistas**. Sempre que a imprensa solicitar informações, dê preferência ao envio da resposta por escrito neste período.
- É **permitido realizar eventos no período**, mas devem ser tomadas as providências para evitar a prática indevida de publicidade institucional (a cobertura deve ser estritamente informativa e a realização do evento deve acontecer sem o uso de logomarcas, slogans e qualquer tipo de promoção). Também deve-se evitar a presença de candidatos nestes eventos. Caso a presença aconteça, não se deve publicizá-la, mantendo o registro informativo sem sequer a menção dos nomes dos presentes.
- Essas **orientações valem para todo e qualquer perfil, página e conteúdo** voltado para unidades vinculadas a órgãos públicos federais, incluindo unidades administrativas, acadêmicas, de pesquisa, extensão ou mesmo perfis de gestores que os utilizam para fins institucionais.

A transparência pública não deve ser interrompida, mas o conteúdo precisa ser “limpo” de qualquer elemento que possa configurar promoção política ou institucional durante o período de defeso.

Algumas orientações importantes para os agentes públicos de um modo geral

- Todo servidor público, como qualquer cidadão, pode expressar sua intenção de voto. Entretanto, deve fazer isso **fora do seu ambiente e horário de trabalho**. Por isso, recomenda-se que publicações de apoio ou críticas a candidatos não sejam realizadas durante o expediente.
- Servidores que têm cargo comissionado não podem usar o cargo para agregar legitimidade à sua expressão de voto. Por isso, caso o servidor decida expressar o voto em suas redes sociais, deve-se excluir da bio ou mesmo do @ do perfil termos que associem aquela pessoa ao seu cargo (reitor, diretor, coordenador etc.). Em discursos públicos, também não se deve mencionar o cargo ao anunciar voto.

Em caso de dúvidas, consultar a Secretaria de Comunicação e Marketing da UFC pelo e-mail coordenacao.ufcinforma@ufc.br.

SECRETARIA DE
COMUNICAÇÃO E
MARKETING



UNIVERSIDADE
FEDERAL DO CEARÁ