

# COMUNICAÇÃO PÚBLICA EM PERÍODO ELEITORAL

Orientações para órgãos  
da Administração Pública Direta  
e Indireta do Estado de São Paulo

**Período Eleitoral**

**2026**

---



**GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO**

Secretaria de Comunicação

## Sumário

1	Apresentação .....	<b>4</b>
2	Período eleitoral e base legal .....	<b>5</b>
3	Publicidade institucional .....	<b>6</b>
4	Eventos e inaugurações .....	<b>7</b>
5	Atendimento à imprensa .....	<b>8</b>
6	Comunicação digital .....	<b>9</b>
7	Outras orientações .....	<b>10</b>
8	Checklist .....	<b>11</b>

## 1

## APRESENTAÇÃO

Este manual apresenta, de forma clara e objetiva, as principais orientações para a comunicação pública durante o período eleitoral. O material consolida as regras previstas na legislação vigente, definindo o período de restrições, sua base legal e a aplicação para todos os órgãos da administração direta e indireta, com foco no cumprimento dos princípios de legalidade, transparência e impessoalidade.

Ao longo do conteúdo, são detalhadas as normas para publicidade institucional, eventos e inaugurações, atendimento à imprensa e comunicação digital. Estabelece o que é permitido e o que é vedado nesse período, com destaque para a suspensão de campanhas publicitárias, restrições ao uso de marcas e a necessidade de manter uma comunicação informativa, neutra e voltada ao serviço público.

Também reúne orientações práticas para o dia a dia da gestão, incluindo uso de materiais, placas, publicações internas e canais digitais. O objetivo é oferecer um guia rápido e seguro para que gestores e equipes de comunicação atuem com conformidade e responsabilidade durante todo o processo eleitoral.

**2**

## PERÍODO ELEITORAL E BASE LEGAL

### Calendário eleitoral

#### 1º de janeiro a 3 de julho:

Período em que podem ser realizadas as ações de publicidade, sem necessidade de autorização do TSE

#### 4 de julho até a proclamação dos candidatos eleitos pelo TSE:

É vedada publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos federais e estaduais, ou das respectivas entidades da administração indireta, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública e se autorizada previamente pela Justiça Eleitoral

### Base legal

Lei nº 9.504/1997  
(Lei Eleitoral)

Resoluções do TSE  
(Res. nº 23.757/2026)

Lei nº 13.303/2016

Resolução Secom

### A quem se aplica

Todos as **empresas, autarquias, secretarias** de Estado e demais órgãos da administração direta e indireta

**3**

## PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

### Regras gerais

#### É PROIBIDO

- Campanhas de publicidade institucional
- Ações de patrocínio
- Uso de marca, logo e slogan do governo

#### IMPORTANTE

Toda publicidade deve ser interrompida a partir de 4 de julho, mesmo que gratuita

#### EXCEÇÕES

- Comunicação de utilidade pública
- Situações emergenciais (ex: saúde, desabastecimento)

#### NESSES CASOS

Necessária autorização do TRE-SP  
Envio com antecedência à Secom com justificativas técnicas sobre a necessidade de veiculação da campanha

#### Não se incluem nas regras

A publicidade legal (balanços, editais de licitação, atas, leis, decretos, resoluções, nomeações, exonerações);

A propaganda de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado e autorizadas pelo TSE - direcionada às empresas públicas;

Assessoria de imprensa voltada para garantir a divulgação sobre ações de prestação de serviços, temas de utilidade pública, bem como para assegurar a transparência de atos, observadas as vedações de conteúdo e as cautelas dispostas neste Manual.

**4**

## EVENTOS, INAUGURAÇÕES E OBRAS

### É PERMITIDO

Realização de reuniões, encontros, seminários, eventos, solenidades, inaugurações e entregas de obras.

### É PROIBIDO NESSES EVENTOS

- Uso de marca, logo ou slogan do Governo do Estado
- Exibição de fotos, nomes, link de pré-candidatos e candidatos.
- Presença e discursos de pré-candidatos e candidatos
- Discursos com promoção pessoal
- Comparações entre governos e discursos com juízo de valor sobre ações públicas
- Shows pagos com recursos públicos

### REGRA IMPORTANTE

**Utilizar como identidade visual nestas ocasiões apenas o Brasão oficial do Estado de São Paulo**

**5**

## ATENDIMENTO À IMPRENSA

### É PERMITIDO

Envio de releases e conteúdos informativos de utilidade pública, observadas as vedações de conteúdo e as cautelas dispostas neste Manual

### EXEMPLOS DE CONTEÚDOS

- > Abertura de inscrições de programas
- > Entregas de obras
- > Mutirões de saúde
- > Ações operacionais, etc.

### É PROIBIDO

- Citar candidatos ou pré-candidatos
- Fazer avaliação ou comparação de governos
- Utilizar elementos que identifiquem gestão, como exemplo, marcas, slogans, expressões.
- Publicação do conteúdo na sessão de notícias dos sites das pastas e demais órgãos e empresas da administração direta e indireta

### IMPORTANTE

**Conteúdo deve ser informativo, neutro e impessoal**

## 6

## COMUNICAÇÃO DIGITAL

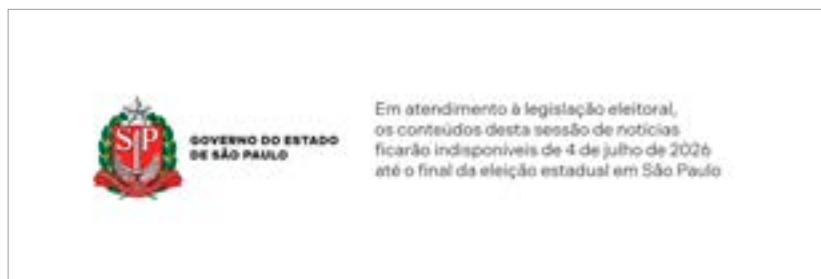
### Sites

As marcas, logos e slogan do Governo de São Paulo devem ser retiradas e substituídas no topo da home e das páginas pelo Brasão oficial

As logomarcas e slogans de programas e ações devem ser retirados do ar

Todas as campanhas de publicidades atualmente exibidas no site devem ser excluídas

A sessão de notícias, e as respectivas matérias jornalísticas, devem ser ocultadas, e substituída na home pela imagem a seguir:



Todos os hotspots e sites de campanhas publicitárias devem ser retirados do ar

### Redes Sociais

Todos os perfis das secretarias, empresas e órgãos da administração direta e indireta deverão ser arquivados entre **4 de julho e o término das eleições no estado de São Paulo.**

## 7

## OUTRAS ORIENTAÇÕES PRÁTICAS

### Placas de obras, painéis, outdoors e veículos

Substituir marcas e logos da gestão das placas de obras pelo Brasão oficial do Governo do Estado de São Paulo **até o dia 3 de julho de 2026.**

Marcas e logos em demais placas devem ser cobertas ou substituídas pelo Brasão oficial.

### Uniformes

Após 4 de julho, devem ser suprimidas as marcas e logomarcas do governo, permitido o uso do brasão oficial do Estado de São Paulo.

### Cartilhas, materiais didáticos e técnicos

São permitidos desde que utilizados o Brasão em substituição de marcas e logos da gestão.

### Publicações como impressos, cartazes e boletins

Permitidas quando destinadas ao público interno, com conteúdo técnico de interesse dos servidores e desde que já façam parte de uma produção regular.

É vedado o uso de marcas, logos, slogans da gestão e imagens de pré-candidatos e candidatos, devendo ser utilizado apenas o Brasão oficial.

### Marcas institucionais

Após 4 de julho, devem ser suprimidas as marcas e logomarcas do governo, permitido o uso do brasão oficial do Estado de São Paulo. A utilização de nomes de programas e ações legalmente instituídos e em plena execução deve ser objeto de consulta específica. O uso das respectivas logomarcas é vedado.

## CHECKLIST RÁPIDO

### PODE

- ✓ Conteúdo de serviço ao cidadão
- ✓ Informações objetivas e neutras
- ✓ Comunicação de utilidade pública

### NÃO PODE

- ✗ Promoção de autoridade
- ✗ Uso de slogan ou marca da gestão
- ✗ Conteúdo com caráter publicitário
- ✗ Comparações ou opiniões

### DICAS

#### Pergunte antes de publicar:

- > É serviço ao cidadão? **PODE**
- > É informativo e neutro? **PODE**
- > Tem promoção de autoridade? **NÃO PODE**

### REGRA CENTRAL

**SE PARECER PROPAGANDA,  
NÃO PUBLIQUE**

### EM CASO DE DÚVIDA

**Consulte a assessoria jurídica  
do respectivo órgão,  
e se necessário a Secretaria  
de Comunicação**

[Acesse aqui](#)



**GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO**  
Secretaria de Comunicação