



DIRETRIZES GERAIS
COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL EM PERÍODO DE VEDAÇÃO ELEITORAL
SECOM – SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DE MINAS GERAIS

1. INTRODUÇÃO E OBJETIVO

Este documento tem como finalidade orientar todas as Secretarias de Estado, órgãos e entidades da administração direta, indireta e vinculadas do Governo de Minas Gerais quanto às regras, diretrizes e procedimentos a serem adotados na condução da comunicação institucional durante o período eleitoral de 2026.

O objetivo central é:

- garantir **conformidade com a legislação eleitoral**
- mitigar riscos jurídicos e administrativos
- assegurar **padronização e controle das ações de comunicação**
- preservar a **lisura e isonomia do processo eleitoral**

2. BASE LEGAL

A atuação da comunicação institucional no período eleitoral está fundamentada nos seguintes dispositivos:

- Lei Federal nº 9.504/1997 (Lei Eleitoral)
- Resolução TSE nº 23.760/2026 (Calendário Eleitoral)
- Resolução Conjunta SEGOV/SEC-GERAL/AGE nº 1/2026
- Parecer Jurídico AGE nº 16.775/2025

Essas normas estabelecem as **condutas vedadas aos agentes públicos**, especialmente no que se refere ao uso da comunicação institucional para promoção de gestão ou agentes políticos.

3. MARCO TEMPORAL DO PROCESSO

O planejamento da comunicação deve observar os seguintes marcos:

- **01/01/2026** → início do ano eleitoral (limitação de gastos)
- **26/06/2026** → retirada de campanhas e identidade institucional
- **04/07/2026** → início das vedações eleitorais
- **Até as eleições** → operação em regime restrito

A partir de **4 de julho de 2026**, fica vedada a publicidade institucional, salvo exceções autorizadas pela Justiça Eleitoral.



4. PLANO DE AÇÃO – ETAPAS OPERACIONAIS

A adequação será realizada em **quatro fases estruturadas**:

4.1. Mapeamento (até 30/04)

Levantamento completo dos ativos de comunicação:

- sites, portais e hotspots
- redes sociais e perfis oficiais
- campanhas e contratos de mídia
- materiais digitais e físicos
- conteúdos fixos (banners, capas, destaques)

4.2. Adequação (01/05 a 26/06)

Revisão e saneamento dos conteúdos:

- retirada de elementos promocionais
- eliminação de identidade de gestão
- revisão do acervo digital

4.3. Neutralização (até 26/06)

Finalização das adequações:

- suspensão total de campanhas
- ocultação de redes (quando necessário)
- validação jurídica das ações

4.4. Operação Restrita (a partir de 04/07)

Nova lógica de comunicação:

- atuação exclusivamente técnica
- suspensão da comunicação institucional ativa
- monitoramento de conformidade



5. DIRETRIZES GERAIS DE COMUNICAÇÃO

Durante o período eleitoral, a comunicação institucional deve:

Ser: objetiva - técnica - informativa - voltada ao serviço público

Não pode:- promover ações de governo - valorizar gestão ou autoridades - utilizar linguagem de campanha - induzir percepção positiva institucional

A comunicação deve migrar de **institucional ativa** → **prestação de serviço ao cidadão**.

6. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL – VEDAÇÕES INTERNAS

A partir de 26/06/2026, fica proibido:

- divulgar atos, programas, obras e serviços
- manter campanhas publicitárias (ativas ou antigas)
- veicular conteúdo promocional, mesmo sem custo
- utilizar linguagem celebratória ou de conquista

A exceção ocorre apenas em caso de:

- grave e urgente necessidade pública
- com autorização prévia da Justiça Eleitoral

7. USO DA MARCA E IDENTIDADE VISUAL

Ficam obrigatórias:

- **retirada da marca do Governo de Minas até 26/06/2026**
- eliminação de: slogans - cores institucionais identificáveis - símbolos de gestão - personalização de autoridades

Também se aplica a:

- placas de obras
- materiais físicos
- ambientes institucionais
- veículos e estruturas públicas



8. CANAIS DIGITAIS (SITES E REDES SOCIAIS)

8.1. O que deve ser removido:

- notícias institucionais
- conteúdos promocionais
- menções a autoridades
- imagens e vídeos de gestão
- posts fixados e destaques

8.2. O que pode permanecer:

- serviços ao cidadão
- informações legais
- dados de transparência
- conteúdos técnicos e operacionais

8.3. Regras essenciais:

- linguagem neutra e descritiva
- sem adjetivação ou juízo de valor
- sem identidade visual da gestão

9. IMPRENSA E PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

Durante o período vedado:

- suspender produção de releases
- interromper comunicação ativa com imprensa
- atendimento apenas reativo e técnico
- evitar qualquer construção narrativa institucional

É vedado:

- sugerir pautas positivas
- divulgar agendas com caráter promocional
- utilizar entrevistas como instrumento de promoção



10. EVENTOS E PUBLICAÇÕES

Fica proibido:

- realização de eventos com caráter promocional
- uso de marcas e slogans em eventos
- participação de candidatos em inaugurações
- produção de jornais, revistas e informativos

Eventos técnicos são permitidos, desde que:

- sem identidade de gestão
- sem promoção institucional

11. RESPONSABILIDADES

Secretaria de Comunicação:

- coordenação geral
- emissão de diretrizes e comunicados
- monitoramento de conformidade

Secretarias e órgãos:

- execução das diretrizes
- mapeamento e adequação dos canais
- replicação dos comunicados

Agentes públicos:

- cumprimento integral das normas eleitorais

12. FLUXO DE VALIDAÇÃO

Qualquer ação deve:

1. ser criteriosamente analisada internamente pelo órgão
2. passar por validação jurídica do órgão
3. **passar por validação da Secom**
4. quando necessário, ser submetida à AGE
5. **e, se aplicável, ao TRE/MG**