

GUIA DE ORIENTAÇÕES PARA AS ASSESSÓRIAS DE COMUNICAÇÃO DO GOVERNO DO ESTADO DO MARANHÃO

Período Eleitoral 2026

Versão orientativa para ASCOMs dos órgãos e entidades da Administração Pública Estadual



SECOM

CONTÉUDO

APRESENTAÇÃO	3
MARCOS TEMPORAIS IMPORTANTES	4
PRINCÍPIOS QUE DEVEM ORIENTAR A COMUNICAÇÃO PÚBLICA	4
DIRETRIZ GERAL PARA AS ASCOMs	5
CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS	6
PUBLICIDADE LEGAL	7
IMPrensa E RELACIONAMENTO	8
COM VEÍCULOS	8
PRODUÇÃO GRÁFICA	8
IDENTIDADE VISUAL	9
REDES SOCIAIS	10
SITE, PORTAIS E AGÊNCIA DE NOTÍCIAS	12
EVENTOS, INAUGURAÇÕES E COBERTURAS	13
ORIENTAÇÃO FINAL	13

1

APRESENTAÇÃO

O presente Guia tem como objetivo orientar as Assessorias de Comunicação dos órgãos e entidades do Governo do Estado do Maranhão quanto às restrições e cuidados aplicáveis durante o período eleitoral de 2026.

As orientações estão fundamentadas na Constituição Federal, na Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições), nas Resoluções do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), na Cartilha da Procuradoria-Geral do Estado do Maranhão sobre Condutas Vedadas aos Agentes Públicos, no Parecer nº 75/2024-ASS-PGE/MA sobre redes sociais e em manuais técnicos de comunicação pública elaborados por órgãos estaduais de referência.

O objetivo principal é garantir a continuidade da comunicação institucional necessária à prestação dos serviços públicos, preservando os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade e igualdade de oportunidades entre candidatos.

2. MARCOS TEMPORAIS IMPORTANTES

Conforme o Calendário Eleitoral de 2026

Data	Marco
07 de abril de 2026	Início do período de 180 dias anteriores à eleição
04 de julho de 2026	Início das restrições dos 3 meses anteriores ao pleito
04 de outubro de 2026	1º Turno
25 de outubro de 2026	2º Turno (se houver)

A partir de **04 de julho de 2026**, passam a vigorar as restrições mais severas relacionadas à publicidade institucional.

3. PRINCÍPIOS QUE DEVEM ORIENTAR A COMUNICAÇÃO PÚBLICA

Toda ação de comunicação institucional deve observar:

- Legalidade;
- Impessoalidade;
- Moralidade Administrativa;
- Transparência;
- Interesse Público;
- Continuidade dos serviços públicos;
- Igualdade de oportunidades entre candidatos.

É vedada qualquer utilização da estrutura de comunicação estatal para favorecer ou prejudicar candidatos, partidos ou grupos políticos.

4

DIRETRIZ GERAL PARA AS ASCOMs

Durante todo o ano eleitoral:

A comunicação deve:

- ✓ Informar
- ✓ Orientar
- ✓ Prestar serviço
- ✓ Divulgar utilidade pública
- ✓ Garantir transparência

A comunicação não pode:

- ✗ Promover autoridades
- ✗ Promover pré-candidatos ou candidatos
- ✗ Comparar gestões
- ✗ Exaltar realizações governamentais com viés eleitoral
- ✗ Utilizar linguagem de campanha
- ✗ Utilizar slogans eleitorais
- ✗ Fazer propaganda indireta

5. CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS

Até 03 de julho de 2026

Podem ser realizadas campanhas institucionais observando:

- interesse público;
- caráter educativo;
- caráter informativo;
- caráter de orientação social.

É vedada promoção pessoal de autoridades em qualquer período.

A partir de 04 de julho de 2026

Fica proibida a autorização e veiculação de publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos estaduais.

Exemplos de publicidade institucional vedada:

- campanhas de divulgação de ações governamentais;
- peças de obras entregues;
- vídeos de prestação de contas;
- campanhas de resultados da gestão;
- anúncios de programas governamentais;
- outdoors institucionais;
- impulsionamentos de ações de governo.

Exceções

Poderão ser autorizadas apenas:

1. Grave e urgente necessidade pública

Mediante reconhecimento prévio da Justiça Eleitoral.

Exemplos:
epidemias;

enchentes;
calamidades;
campanhas emergenciais de saúde.

2. Serviços com concorrência de mercado

Aplica-se a entidades que atuam em ambiente concorrencial, conforme previsão legal.

6. PUBLICIDADE LEGAL

A publicidade legal permanece autorizada durante todo o período eleitoral.

Inclui:

- editais;
- licitações;
- avisos;
- balanços;
- relatórios;
- atos administrativos;
- demonstrações financeiras;
- publicações exigidas por lei.

A publicidade legal deve possuir caráter exclusivamente informativo e legal, sem elementos promocionais.

7. IMPRENSA E RELACIONAMENTO COM VEÍCULOS

É permitido

- atendimento à imprensa;
- envio de notas oficiais;
- esclarecimentos técnicos;
- entrevistas de interesse público;
- divulgação de informações necessárias à prestação do serviço público.

A mera concessão de entrevista não configura publicidade institucional, desde que não possua finalidade eleitoral.

É vedado

- entrevistas com tom de promoção pessoal;
- divulgação de realizações como peça de marketing;
- transformar releases em propaganda de gestão;
- utilizar entrevistas para enaltecer pré-candidatos ou candidatos.

8. PRODUÇÃO GRÁFICA

Até 03 de julho

Todo material deve seguir:

- Manual de Marca do Governo;
- normas de identidade visual;
- princípios da impessoalidade.

A partir de 04 de julho

Não devem ser produzidos:

- ✗ folders institucionais
- ✗ revistas de prestação de contas
- ✗ catálogos de realizações
- ✗ materiais comemorativos de gestão
- ✗ materiais promocionais de programas governamentais

9

IDENTIDADE VISUAL

Utilização permitida

Durante o período eleitoral recomenda-se a adoção prioritária:

- A Bandeira Oficial do Estado;
- Dos símbolos oficiais legalmente previstos.

A utilização e marcas de governo, slogans de gestão e elementos que identifiquem administrações em disputa deve ser evitada ou substituída pelos símbolos oficiais. **Link das marcas oficiais do**

Governo do Estado: https://drive.google.com/drive/folders/1AK7_LcHOpkMKAd23_hIZ3tiRKbSmg89k?usp=share_link

É vedado

- criação de novas marcas;
- slogans institucionais associados à gestão;
- assinaturas visuais personalizadas;
- elementos que permitam identificar candidatos ou futuros candidatos.

10. REDES SOCIAIS

As redes sociais exigem atenção especial.

O Parecer nº 75/2024-ASS-PGE/MA recomenda clara separação entre os perfis institucionais e os perfis pessoais dos agentes públicos.

É permitido

Publicações de utilidade pública

- vacinação;
- alertas climáticos;
- campanhas de prevenção;
- serviços públicos essenciais;
- horários de atendimento;
- informações operacionais.

Comunicação emergencial

- chuvas;
- enchentes;
- queimadas;
- epidemias;
- defesa civil.

É vedado

Conteúdo eleitoral

- pedidos explícitos ou implícitos de voto;
- menção a candidatos;
- referência a partidos;
- números eleitorais;
- slogans de campanha.

Interações eleitorais

- comentários eleitorais;
- respostas com conotação política;
- hashtags eleitorais;
- compartilhamentos de conteúdo de campanha.

Reposts e colaborações

Não utilizar:

- ✘ Collab com autoridades candidatas e perfis pessoais;
- ✘ Repost de conteúdo político para perfil institucional;
- ✘ Compartilhamento de publicações pessoais de candidatos, gestores da pasta e/ou servidores públicos.

A orientação da PGE-MA é evitar que o perfil institucional se confunda com o perfil pessoal do agente público.

Lives, podcasts e videocasts

É vedada a participação de pré-candidatos ou candidatos em:

- podcasts institucionais;
- videocasts;
- programas especiais;
- vídeos institucionais.



SITE, PORTAIS E AGÊNCIA DE NOTÍCIAS

Devem permanecer ativos

- Portal da Transparência;
- SIC/e-SIC;
- Diário Oficial;
- serviços digitais;
- consultas públicas;
- sistemas de atendimento.

Devem ser revistos

A partir de 04 de julho:

- notícias sobre obras;
- entregas;
- inaugurações;
- programas governamentais;
- conteúdos promocionais.

A jurisprudência do TSE entende que a manutenção desses conteúdos pode caracterizar publicidade institucional vedada mesmo quando publicados antes do período eleitoral.

Recomendação para os órgãos estaduais

Realizar auditoria completa dos:

- portais institucionais;
- hotsites;
- páginas especiais;
- banners;
- galerias de fotos;
- vídeos institucionais.

Removendo ou ocultando conteúdos que possam configurar promoção institucional.

12. EVENTOS, INAUGURAÇÕES E COBERTURAS

Nos três meses anteriores à eleição:

É vedado

- utilizar cobertura institucional para promover candidatos;
- divulgar participação de candidatos em inaugurações;
- produzir conteúdo institucional destacando candidatos;
- permitir uso da estrutura de comunicação para fins eleitorais.

13. ORIENTAÇÃO FINAL

Durante o período eleitoral, a comunicação do Governo do Estado do Maranhão deve migrar de uma lógica de divulgação institucional para uma lógica de prestação de serviço público.

A regra prática para todas as ASCOMs é simples:

Se o conteúdo informa, orienta ou protege o cidadão, ele tende a ser permitido. Se promove governo, autoridade ou realizações administrativas, ele tende a ser vedado.

Fontes principais: Cartilha da PGE-MA sobre Condutas Vedadas aos Agentes Públicos (2026), Parecer nº 75/2024-ASS-PGE/MA, Lei nº 9.504/1997, Resoluções do TSE para as Eleições 2026, Guia de Comunicação em Ano Eleitoral 2026 e Cartilha CNSECOM 2026.



ESTADO DO MARANHÃO

SECOM