

Guia de Conduta para Comunicação durante o Período Eleitoral 2026



GOVERNO DO ESTADO
RIO DE JANEIRO

SUMÁRIO

Apresentação	4
A quem se aplica	5
Princípios gerais	6
Marco temporal de atenção	7
Regra central da cartilha	8
Conteúdo institucional	10
Sites, portais e canais oficiais	12
Redes sociais oficiais	14
Moderação de comentários e interação com o público	18
Assessoria de imprensa e releases	20
Publicidade, mídia paga e impulsionamento	22
O que exige validação prévia	24
Uso de IA	26
Checklist antes de publicar	28
Disposições finais	29

APRESENTAÇÃO

Este Guia orienta a atuação dos canais digitais e das demais frentes de comunicação institucional do Governo do Estado do Rio de Janeiro, de suas secretarias, autarquias e projetos vinculados durante o período eleitoral de 2026.

O objetivo é estabelecer critérios práticos para produção, revisão, publicação, moderação e circulação de conteúdos institucionais, com foco em **integridade institucional, neutralidade, utilidade pública e prevenção de riscos jurídicos e reputacionais**.

Em ano eleitoral, a comunicação pública exige cautela reforçada. Nos canais digitais, a velocidade de circulação, a replicação e a mudança de contexto dos conteúdos ampliam o risco de questionamentos jurídicos e de associação indevida entre comunicação institucional e disputa eleitoral.

Este Guia adota como princípio central que, durante o período eleitoral, a comunicação oficial deve permanecer **impessoal, informativa, orientada ao cidadão e estritamente vinculada ao interesse público**.

ESTE GUIA **APLICA-SE A:**

- ➔ perfis e canais oficiais do Governo do Estado do Rio de Janeiro;
- ➔ perfis e canais de secretarias e autarquias;
- ➔ sites, portais, blogs, hotspots, landing pages e páginas institucionais;
- ➔ assessoria de imprensa, releases, comunicados e materiais para imprensa;
- ➔ conteúdos de redes sociais, vídeos, cards, reels, stories, banners e peças audiovisuais;
- ➔ campanhas publicitárias e mídia paga;
- ➔ listas de transmissão, grupos e canais em aplicativos de mensagem;
- ➔ projetos especiais de comunicação, como o Na Escuta.

PRINCÍPIOS GERAIS

Impessoalidade

A comunicação deve servir ao interesse público, sem valorização de autoridades, partidos, candidaturas, marcas de gestão ou projetos personalizados.

Neutralidade institucional

Os canais públicos não podem ser usados para reforçar narrativas políticas, comparações de gestão, defesa indireta de agentes públicos ou associação com disputa eleitoral.

Interesse público

A comunicação deve estar vinculada a assuntos de interesse público, à orientação da população, reestruturação de secretarias, mudanças de gestão ou ao acesso a políticas públicas essenciais.

Linguagem informativa

Os conteúdos devem ser claros, objetivos, sóbrios e orientados ao cidadão, sem tom promocional, celebratório ou personalista.

Cautela reforçada no digital

Todo canal oficial deve passar por revisão prévia, inclusive quanto a conteúdos já publicados e ainda visíveis.

MARCO TEMPORAL DE ATENÇÃO

Para as Eleições 2026, o primeiro turno ocorrerá em **4 de outubro de 2026**.

O marco crítico para revisão e adequação dos canais oficiais é **4 de julho de 2026**. A partir dessa data, a comunicação institucional deve operar sob regime de restrição reforçada.

Período
anterior a
4 de julho
de 2026



Fase preparatória

Objetivo:

- mapear canais;
- revisar identidade visual;
- retirar slogans, assinaturas e marcas associadas à gestão;
- classificar conteúdos em essenciais e não essenciais;
- suspender planejamentos promocionais;
- organizar fluxo de validação.

De 4 de julho
de 2026 **em**
diante



Fase de restrição eleitoral

Objetivo:

- manter apenas comunicação indispensável;
- revisar sites, redes e peças em circulação;
- suspender publicidade institucional, salvo hipótese legalmente admitida;
- limitar a comunicação ao interesse público direto.

Período de
observância
máxima



Fase de votação e pós-votação

Objetivo:

- reforçar cautela com publicações, impulsionamento, interação, mensageria e uso de IA;
- evitar qualquer conteúdo passível de reinterpretação político-eleitoral.

REGRA CENTRAL DA CARTILHA

✓ PERMANECE

Apenas o conteúdo:

- ➔ estritamente informativo;
- ➔ necessário ao cidadão;
- ➔ vinculado a assuntos de interesse público;
- ➔ relacionado à proteção da população;
- ➔ compatível com utilidade pública.



✖ DEVE SER SUSPENSO

Todo conteúdo que possa ser entendido como:

- ➔ publicidade institucional promocional;
- ➔ valorização da gestão;
- ➔ promoção indireta de autoridade;
- ➔ narrativa de êxito governamental;
- ➔ comunicação com tom de campanha.

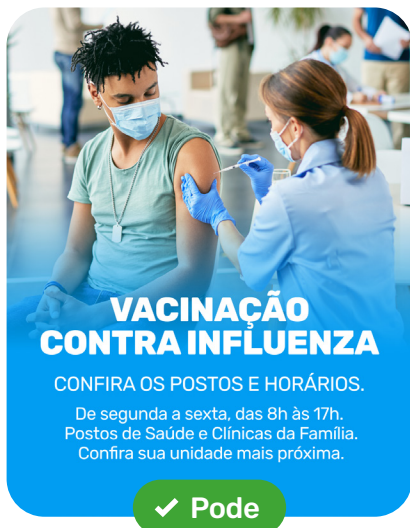


Uso proibido:
Promoção
Político-Partidária

CONTEÚDO INSTITUCIONAL

✓ PODE

- ➔ orientações sobre assuntos de interesse público em funcionamento;
- ➔ informações sobre documentos, prazos, inscrições, matrículas, vacinação e atendimentos;
- ➔ comunicados de defesa civil, contingência, clima e proteção social;
- ➔ orientação sobre trânsito e assuntos administrativos de interesse público;
- ➔ divulgação de canais de denúncia, emergência e atendimento;
- ➔ orientações de segurança com foco em proteção da população;
- ➔ conteúdo educativo e de conscientização, mantendo o princípio constitucional de impessoalidade;
- ➔ alertas de saúde pública.



**VACINAÇÃO
CONTRA INFLUENZA**

CONFIRA OS POSTOS E HORÁRIOS.

De segunda a sexta, das 8h às 17h.
Postos de Saúde e Clínicas da Família.
Confira sua unidade mais próxima.

✓ Pode

✖ NÃO PODE

- ➔ celebrar ações de governo;
- ➔ divulgar entregas, resultados ou êxitos em tom promocional;
- ➔ usar nomes, slogans, expressões, marcas, hashtags ou símbolos associados à gestão;
- ➔ destacar autoridades em chave de protagonismo político;
- ➔ comparar gestões, ainda que de forma implícita;
- ➔ produzir conteúdo com tom eleitoral, campanha ou defesa de governo;
- ➔ manter fluxos massivos com viés de mobilização política.



Uso proibido:
Auto-promoção

SITES, PORTAIS E CANAIS OFICIAIS

Todos os ambientes oficiais devem passar por revisão prévia

✓ PODE

- manter informações de assuntos de interesse público;
- manter páginas essenciais ao atendimento ao cidadão;
- manter orientações operacionais e conteúdo indispensável de utilidade pública;
- publicar avisos de funcionamento, contingência e acesso a assuntos de interesse público.



[Referência TSE: Res. 23.760/2026, Anexo I, 4 de julho, itens 3 e 4;
Res. 23.757/2026, art. 15, §§ 2º e 3º.]

✖ NÃO PODE

- ➔ manter banners promocionais;
- ➔ manter galerias de entregas, obras e programas com linguagem de exaltação;
- ➔ manter slogans, assinaturas de gestão ou chamadas promocionais;
- ➔ manter vídeos institucionais celebrativos;
- ➔ manter áreas especiais com linguagem de valorização política;
- ➔ manter destaque visual de autoridade pública em contexto promocional.



Uso proibido:
Exaltação e
auto-promoção

REDES SOCIAIS OFICIAIS

As redes sociais devem operar sob cautela máxima durante o período eleitoral

- Redes de secretarias e órgãos serão mantidas desde que alimentadas por assuntos de interesse público e serviços essenciais ao cidadão do estado do RJ, seguindo as normas eleitorais;
- **Caso o administrador decida fechar a rede, inserir um comunicado explicando a inatividade do canal.**



COMUNICADO

A partir de **4 de julho** e até o fim das eleições 2026, as publicações deste perfil serão **editadas** de acordo com as restrições determinadas pela legislação eleitoral.

Card para quem vai **manter a rede ativa**

Card para quem decidir **fechar a rede** durante o período eleitoral



COMUNICADO

A partir de **4 de julho** e até o fim das eleições 2026, este perfil ficará **desativado** para cumprir as restrições determinadas pela legislação eleitoral.

✓ PODE

- ➔ publicar informações de assuntos de interesse público;
- ➔ divulgar orientações objetivas ao cidadão;
- ➔ responder dúvidas sobre acesso a políticas e canais públicos;
- ➔ publicar alertas, emergências e conteúdo preventivo;
- ➔ manter atuação de contas vinculadas a assuntos essenciais de interesse público.



❌ NÃO PODE

- ➔ usar tom de celebração;
- ➔ construir narrativa de conquista institucional;
- ➔ destacar autoridade como protagonista;
- ➔ manter hashtags de gestão;
- ➔ usar capas, avatares, destaques ou assinaturas associadas à administração em disputa;
- ➔ impulsionar peças com potencial promocional;
- ➔ manter fotos de autoridades que participarão do pleito em contexto de promoção institucional.



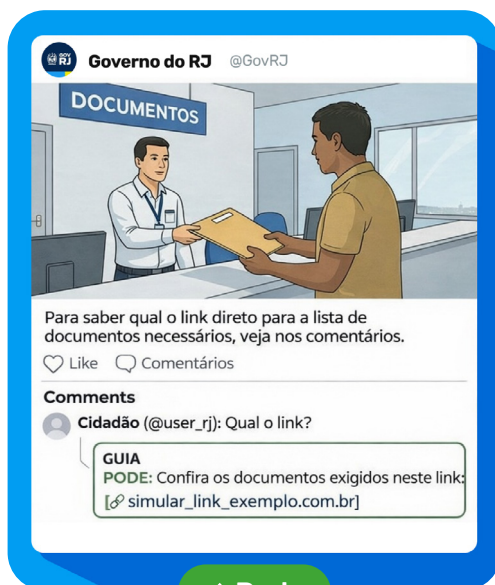
Uso proibido:
Promoção de
autoridade e
programas

MODERAÇÃO DE COMENTÁRIOS E INTERAÇÃO COM O PÚBLICO

A interação deve ser objetiva, impessoal e orientada a assuntos de interesse público

✓ PODE

- ➔ esclarecer dúvidas objetivas;
- ➔ indicar canais oficiais de atendimento;
- ➔ orientar sobre procedimentos e assuntos de interesse público;
- ➔ responder situações com risco concreto à população;
- ➔ encaminhar o cidadão para órgão ou área técnica competente.



✖ NÃO PODE

- ➔ debater política em nome do órgão;
- ➔ defender governo ou gestão;
- ➔ responder em tom emocional;
- ➔ confrontar ataques políticos com narrativa institucional;
- ➔ republicar elogios à gestão ou à autoridade;
- ➔ transformar comentários positivos em chancela pública.



Uso proibido:
Autopromoção
institucional

ASSESSORIA DE IMPRENSA E RELEASES

O relacionamento com a imprensa deve manter caráter estritamente informativo.

✓ PODE

- enviar releases de utilidade pública;
- divulgar orientações de assuntos de interesse público;
- informar funcionamento de equipamentos, assuntos de interesse público e operações essenciais;
- compartilhar dados estritamente necessários à compreensão do fato público.



GOVERNO DO ESTADO
RIO DE JANEIRO

**ESTADO INICIA CAMPANHA
ESTADUAL DE VACINAÇÃO
CONTRA A GRIPE**

A Secretaria Estadual de Saúde (SES) inicia na próxima segunda-feira (15) a Campanha Estadual de Vacinação contra a Gripe



✓ Pode

[Referência TSE: Resolução TSE nº 23.760/2026, Anexo I, item de 4 de julho de 2026, e Resolução TSE nº 23.757/2026, art. 15, §§ 2º e 3º]

✗ NÃO PODE

- ➔ construir narrativa de legado;
- ➔ exaltar resultados de gestão;
- ➔ personalizar entregas;
- ➔ usar slogan, marca de governo ou assinatura promocional;
- ➔ transformar prestação de contas em material de autopromoção.



Uso proibido:

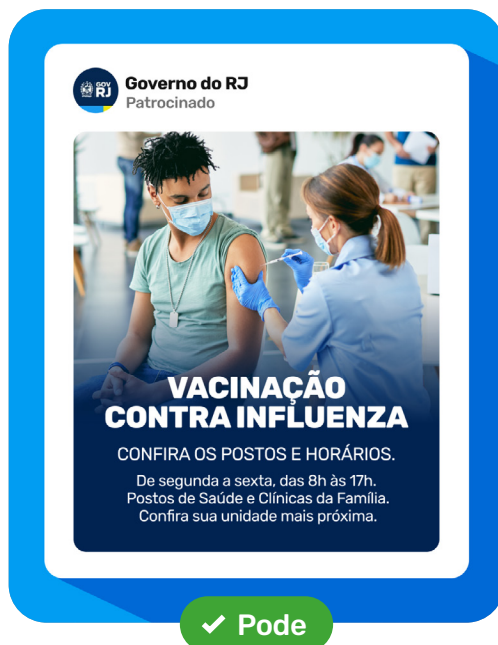
Exaltação institucional sem necessidade informativa

PUBLICIDADE, MÍDIA PAGA E IMPULSIONAMENTO

A publicidade institucional deve ser tratada com restrição máxima no período eleitoral.

✓ PODE

- apenas em hipóteses legalmente admitidas e com validação formal competente.
- manter a marca do Governo do Estado/Secretaria para Lei do Incentivo ou Apoio, sem o slogan. Não deve ser utilizada como patrocínio.



✕ NÃO PODE

- veicular campanhas promocionais;
- impulsionar conteúdo institucional com viés de valorização da gestão;
- fazer branded content institucional;
- publicar publeditoriais;
- patrocinar vídeos ou campanhas de awareness sem amparo jurídico específico;
- distribuir conteúdo oficial segmentado com potencial de reforço reputacional.



Uso proibido:

Impulsioneamento de vídeo promocional da gestão

EXIGE VALIDAÇÃO PRÉVIA

Regra geral da cartilha

Devem passar por validação prévia da comunicação central e, quando necessário, da área jurídica competente:

- ➔ campanhas institucionais, ainda que informativas;
- ➔ peças com dados de resultados, metas, indicadores ou comparativos;
- ➔ vídeos com autoridade, porta-voz ou liderança institucional;
- ➔ conteúdos de crise;
- ➔ correções públicas de boatos ou desinformação;
- ➔ conteúdos de grande repercussão;
- ➔ materiais de imprensa em temas sensíveis;
- ➔ peças de segurança pública;
- ➔ qualquer conteúdo cuja essencialidade não seja inequívoca;
- ➔ qualquer ação de publicidade, mídia paga ou impulsionamento.

✓ Pode



SECRETÁRIO DE TRANSPORTES EXPLICA MEDIDAS DE SEGURANÇA NO TRANSPORTE PÚBLICO

Novas medidas integradas de policiamento e monitoramento por câmeras nas estações de trem e metrô visam a redução de roubos e o aumento da segurança para passageiros fluminenses. [Texto verificado pós-validação].

(pós-validação)

✓ CENÁRIO IDEAL

Peça informativa de utilidade pública pós-validação, focada no interesse coletivo e sem personalismo excessivo.

✗ USO PROIBIDO

Peça promocional com tom celebratório e personalismo.

(sem validação)

A GOVERNADORA REFORMA ESCOLAS E CRIA VAGAS!



POLÍTICA DE EDUCAÇÃO INFANTIL:

Mais 50.000 novas vagas criadas e 200 escolas reformadas!

✗ Não pode

USO DE IA

| Conteúdo produzido por IA precisa ter identificação expressa neste sentido.

O uso de inteligência artificial exige cuidado reforçado no período eleitoral

A adoção de IA em comunicação institucional deve respeitar os princípios de transparência, finalidade legítima, rastreabilidade e não enganiosidade.

✓ PODE

- ➔ usar IA em processos internos de apoio, organização, revisão técnica ou produtividade, desde que sem publicação automática;
- ➔ usar IA em atividades de bastidor sem impacto público direto;
- ➔ usar recursos assistivos, desde que não alterem o sentido do conteúdo nem criem simulação enganosa.



✖ NÃO PODE

- ➔ gerar ou alterar fala, imagem, voz ou presença de autoridade pública para fins de comunicação institucional;
- ➔ usar IA para dramatizar feitos de governo;
- ➔ criar conteúdo com aparência de depoimento espontâneo quando não for autêntico;
- ➔ usar IA para reagir a debates eleitorais ou tensionar o ambiente político;
- ➔ simular cidadão, servidor, policial, vítima ou porta-voz para reforçar narrativa institucional;
- ➔ manipular contexto visual ou sonoro para ampliar percepção de êxito, crise ou apoio social.



Uso proibido:
Dramatização
e simulação de
feitos com IA

! EXIGE VALIDAÇÃO

- ➔ locução artificial;
- ➔ dublagem sintética;
- ➔ legendagem automatizada em peças públicas sensíveis;
- ➔ edição generativa de imagem;
- ➔ recriação de cenários, personagens ou ambientes;
- ➔ avatares;
- ➔ resumos automatizados com publicação pública;
- ➔ sistemas automáticos de resposta ao cidadão;
- ➔ qualquer conteúdo sintético divulgado em canais oficiais.

CHECKLIST

ANTES DE PUBLICAR

A interação deve ser objetiva, impessoal e orientada a assuntos de interesse público

- ➔ o conteúdo é indispensável ao cidadão?
- ➔ ele orienta, protege, informa ou viabiliza acesso a serviço público?
- ➔ há qualquer traço de promoção da gestão?
- ➔ existe nome, slogan, hashtag, símbolo ou imagem associável à administração em disputa?
- ➔ há autoridade pública em destaque?
- ➔ o texto tem tom celebratório, comparativo ou adjetivado?
- ➔ a peça pode ser recontextualizada politicamente?
- ➔ há uso de IA?
- ➔ trata-se de tema sensível, crise ou segurança pública?
- ➔ o jurídico precisa ser acionado?

Se houver dúvida relevante, a publicação deve ser suspensa até nova avaliação.

DISPOSIÇÕES FINAIS

Este Guia tem caráter orientador e preventivo. Seu objetivo é apoiar a atuação segura, impessoal e juridicamente responsável da comunicação institucional do Governo do Estado do Rio de Janeiro durante o período eleitoral de 2026.

Situações sensíveis, excepcionais ou de dúvida devem ser submetidas à análise da área jurídica competente, especialmente nos casos de:

- ➔ publicidade institucional;
- ➔ crise;
- ➔ segurança pública;
- ➔ uso de IA;
- ➔ conteúdo com autoridade pública;
- ➔ peças de grande repercussão;
- ➔ desinformação;
- ➔ urgência institucional.

A REGRA FINAL É SIMPLES: NA DÚVIDA, PREVALECE O INTERESSE PÚBLICO, A IMPESSOALIDADE E A CAUTELA.



GOVERNO DO ESTADO
RIO DE JANEIRO