

ORIENTAÇÕES SOBRE EXECUÇÃO DE PROJETOS CULTURAIS E DIVULGAÇÃO DE AÇÕES CULTURAIS DURANTE O PERÍODO ELEITORAL DE 2026

1. APRESENTAÇÃO

O presente documento tem por finalidade orientar agentes culturais, coletivos culturais, organizações da sociedade civil, instituições culturais, pessoas jurídicas, grupos artísticos e demais beneficiários de recursos públicos quanto à execução de projetos culturais e à divulgação de suas atividades durante o período eleitoral de 2026.

As orientações aqui estabelecidas visam assegurar o cumprimento da legislação eleitoral, dos princípios constitucionais da administração pública e das normas que disciplinam a comunicação institucional em período eleitoral, especialmente a Lei nº 9.504/1997, a Cartilha Eleitoral – Condutas Vedadas aos Agentes Públicos Federais nas Eleições 2026, da Advocacia-Geral da União, e a Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2018.

2. PERÍODO DE DEFESO ELEITORAL

Considerando que o primeiro turno das Eleições Gerais de 2026 ocorrerá em 4 de outubro de 2026, as restrições relacionadas à publicidade institucional iniciam-se em:

4 de julho de 2026

Havendo segundo turno, as restrições permanecem até:

25 de outubro de 2026

As orientações constantes neste documento deverão ser observadas durante todo esse período, conforme previsto na legislação eleitoral e nas orientações da Advocacia-Geral da União para as Eleições de 2026.

3. EXECUÇÃO DOS PROJETOS CULTURAIS

A execução dos projetos culturais poderá ocorrer normalmente durante o período eleitoral.

Não há impedimento para a realização de:

- oficinas;
- cursos;
- apresentações artísticas;
- espetáculos;
- exposições;
- mostras;
- festivais;

- feiras;
- seminários;
- rodas de conversa;
- pesquisas;
- publicações;
- gravações;
- atividades formativas;
- ações de circulação;
- ações de patrimônio cultural;
- atividades de memória, cultura popular e tradições culturais;
- demais atividades previstas nos respectivos projetos.

O período eleitoral não suspende a execução regular de projetos culturais financiados com recursos públicos, desde que sejam observadas as restrições relativas à publicidade institucional e à promoção de autoridades públicas previstas na legislação eleitoral.

4. PRINCÍPIO GERAL DA COMUNICAÇÃO DURANTE O PERÍODO ELEITORAL

Durante o período eleitoral, a divulgação das atividades culturais deverá possuir caráter exclusivamente:

- informativo;
- educativo;
- artístico;
- cultural;
- de orientação ao público;
- de prestação de serviço.

A comunicação deverá observar os princípios da impessoalidade, da moralidade administrativa e da igualdade de oportunidades entre candidaturas, fundamentos que orientam as regras eleitorais aplicáveis à comunicação institucional.

5. DIVULGAÇÃO DAS ATIVIDADES CULTURAIS

Permanece autorizada a divulgação de informações necessárias à participação do público nas atividades culturais.

Podem ser divulgados:

- nome do projeto;
- nome da atividade;
- programação;
- datas;
- horários;
- locais;
- inscrições;
- público-alvo;
- acessibilidade;
- formas de participação;

- resultados culturais alcançados;
- fotografias e vídeos das atividades realizadas;
- conteúdos educativos e culturais relacionados ao projeto.

A divulgação deverá limitar-se às informações necessárias para conhecimento e participação do público, evitando conteúdos que possam caracterizar promoção institucional ou pessoal de agentes públicos.

6. USO DE MARCAS, LOGOTIPOS E IDENTIDADE VISUAL INSTITUCIONAL

6.1. Antes do início do período eleitoral

Poderão ser utilizadas normalmente as marcas institucionais, logotipos, assinaturas visuais e demais elementos previstos nos respectivos manuais de identidade visual dos órgãos ou entidades financiadoras.

6.2. Durante o período eleitoral

Entre **4 de julho e 25 de outubro de 2026**, deverão ser observadas as orientações específicas emitidas pelos órgãos, entidades ou instituições responsáveis pelo financiamento, fomento ou parceria do projeto.

Na ausência de orientação específica, recomenda-se a suspensão da utilização de:

- Marca do Governo Federal;
- slogans governamentais;
- assinaturas de campanhas governamentais;
- marcas promocionais de programas governamentais;
- elementos gráficos que caracterizem publicidade institucional.

Essa orientação observa as disposições da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2018, que disciplina a publicidade institucional em ano eleitoral no âmbito do Poder Executivo Federal.

A divulgação deverá privilegiar a identificação informativa do projeto, evitando qualquer forma de promoção institucional.

7. IDENTIFICAÇÃO DA ORIGEM DOS RECURSOS

A transparência quanto à origem dos recursos públicos permanece permitida.

Poderão ser utilizadas expressões informativas como:

Projeto realizado com recursos públicos.

Projeto contemplado em edital público de fomento à cultura.

Projeto financiado por meio de política pública de incentivo à cultura.

Projeto realizado com apoio institucional de órgão público.

A identificação deverá ter finalidade exclusivamente informativa e não promocional.

8. CONDUTAS VEDADAS

Durante o período eleitoral, não deverão constar nos materiais de divulgação:

- fotografias de autoridades públicas;
- imagens de agentes políticos;
- referências elogiosas a gestores públicos;
- nomes de candidatos;
- símbolos de campanhas eleitorais;
- números de candidatos;
- slogans eleitorais;
- pedidos de voto;
- manifestações de apoio ou oposição a candidaturas;
- conteúdos que associem a realização do projeto à atuação pessoal de determinada autoridade;
- mensagens de agradecimento individualizado a ocupantes de cargos políticos.

Também deverão ser evitadas expressões que possam caracterizar promoção institucional ou pessoal de agentes públicos, tais como:

- “graças ao Governo Federal”;
- “realização da gestão X”;
- “ação promovida pelo governo Y”;
- “iniciativa do ministro Z”;
- ou outras formulações semelhantes.

As vedações acima decorrem das regras de publicidade institucional previstas na legislação eleitoral e das orientações emitidas pelos órgãos federais competentes para o período eleitoral.

9. REDES SOCIAIS

As redes sociais dos responsáveis pelos projetos poderão continuar sendo utilizadas para divulgação das atividades culturais.

As publicações deverão manter caráter cultural, artístico, educativo ou informativo.

Não poderão ser utilizados os perfis, páginas ou conteúdos relacionados aos projetos para:

- propaganda eleitoral;
- promoção de candidaturas;
- apoio político-partidário;
- manifestações eleitorais vinculadas ao projeto financiado com recursos públicos.

Os responsáveis pelas publicações também deverão adotar cautela na divulgação de conteúdos que possam ser interpretados como promoção institucional ou político-eleitoral.

10. REGISTRO DAS AÇÕES

As atividades realizadas durante o período eleitoral deverão continuar sendo documentadas normalmente para fins de monitoramento, avaliação e prestação de contas.

Recomenda-se a manutenção de:

- registros fotográficos;
- registros audiovisuais;
- materiais de divulgação;
- listas de presença, quando aplicáveis;
- relatórios;
- documentos comprobatórios das atividades executadas.

11. DÚVIDAS E CONSULTAS

Em caso de dúvida sobre peças gráficas, campanhas de divulgação, uso de marcas institucionais, publicações em redes sociais ou outras ações de comunicação, recomenda-se consulta prévia ao órgão, entidade ou instituição responsável pelo acompanhamento do projeto.

A consulta prévia contribui para a prevenção de irregularidades e para a segurança jurídica dos responsáveis pela execução dos projetos.

12. DISPOSIÇÕES FINAIS

As orientações deste documento aplicam-se aos projetos culturais executados com recursos públicos que permaneçam em execução durante o período eleitoral de 2026.

O cumprimento destas diretrizes contribui para a transparência da ação pública, para a segurança jurídica dos projetos e para a observância da legislação eleitoral vigente, sem prejuízo da continuidade das atividades culturais e do acesso da população aos bens e serviços culturais.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. Estabelece normas para as eleições.

BRASIL. Advocacia-Geral da União. *Cartilha Eleitoral: Condutas Vedadas aos Agentes Públicos Federais nas Eleições 2026*. 11. ed. Brasília: AGU, 2026.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Comunicação Social. *Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 11 de abril de 2018*. Disciplina a publicidade e a comunicação institucional dos órgãos e entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal em ano eleitoral.