



MANUAL DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL PARA PERÍODO ELEITORAL

2026





Este manual tem como objetivo orientar as equipes regionais e demais unidades da FASE sobre os cuidados necessários na produção e divulgação de conteúdos durante o período eleitoral.

Considerando que a organização desenvolve projetos em diálogo com o poder público, é fundamental garantir que nossas ações estejam em conformidade com a legislação vigente, preservando nossa autonomia, princípios e reputação institucional.

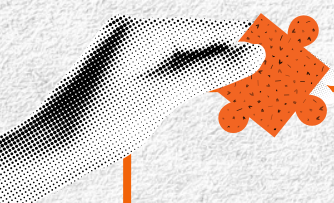




Por que esta cartilha é importante?

Em anos eleitorais, a comunicação institucional exige cuidados redobrados. A legislação brasileira (Lei nº 9.504/1997) estabelece regras para evitar o uso indevido da comunicação em benefício de candidaturas.

Como a FASE desenvolve projetos em diálogo com o poder público, é de extrema importância que toda a equipe esteja atenta às regras do período eleitoral, garantindo que nossas ações estejam em conformidade com a legislação e alinhadas aos nossos princípios institucionais.



Quando começam as restrições?

As restrições mais rígidas à comunicação institucional começam **três meses antes das eleições**. Em 2026, esse período terá início em **4 de julho** e se estenderá até o **dia seguinte ao encerramento do processo eleitoral**, incluindo a realização de eventual segundo turno.



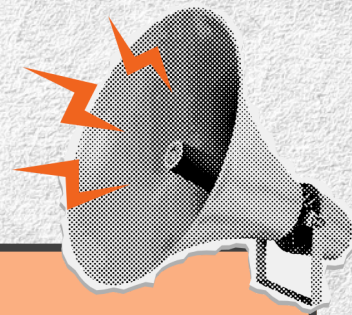


O que NÃO pode (de acordo com a base legal do TSE)

- Destacar nomes de gestores públicos
- Gerar associação entre políticas públicas e possíveis candidatos
- Utilizar comunicação institucional para gerar vantagem política
- Associar ações institucionais a figuras públicas em contexto eleitoral
- Distribuir brindes ou benefícios vinculados a promoção política
- Usar símbolos, marcas ou slogans de governo em campanhas eleitorais (ou em conteúdos que possam ser interpretados como tal)



Por isso, fique atento(a)!



Evite associar a marca da FASE a **identidades visuais que possam ser vinculadas a gestões públicas ou campanhas eleitorais.**

Dê preferência a materiais que:

- Não incluam **nomes de autoridades ou candidatos**
- Não utilizem **imagens com políticos ou agentes públicos** em destaque

Evite o uso de expressões que possam caracterizar promoção de gestão.

- Exemplo: **“a gestão X realizou...”**; **“o prefeito entrega...”**; **“o governo faz...”**

Evite promover eventos institucionais com **fala de autoridades públicas que possam ser candidatas**, especialmente sem critérios claros e equivalentes, ou seja, que assegurem igualdade de oportunidades, sem favorecer nomes ou posições específicas.

Não é permitido:

- **Endossar ou se opor a candidatos ou partidos**, seja verbalmente ou por escrito
- **Avaliar ou opinar sobre a aptidão de candidatos** para cargos públicos
- **Divulgar apoio de candidatos à organização** ou sugerir alinhamento com posições institucionais





Atenção especial ao uso de logomarcas

Durante o período eleitoral, a legislação brasileira (Lei nº 9.504/1997) **proíbe o uso da logomarca oficial do Governo Federal em materiais de divulgação, sites e placas de obras**, com o objetivo de evitar a promoção pessoal de agentes públicos. Essa vedação passa a valer nos **três meses que antecedem a eleição** e exige a retirada ou o encobrimento de quaisquer elementos que possam caracterizar promoção institucional.

Nesse contexto, deve ser coberta toda e qualquer identificação visual associada ao Governo Federal que possa caracterizar promoção institucional, incluindo logomarcas oficiais, assinaturas de ministérios e slogans de campanhas de gestão, independentemente do suporte em que estejam aplicados — como redes sociais, totens, veículos ou materiais físicos.

No caso específico de **placas de obras**, o logotipo do governo deve ser removido ou devidamente encoberto durante o período de restrição.



Alternativas visuais

Como alternativa, é possível adotar soluções neutras, como a utilização da **Bandeira Nacional** ou apenas a **descrição textual** de que se trata de uma obra do “Governo do Brasil”, **evitando qualquer elemento que identifique ou promova uma gestão específica**.

Exemplo de aplicação - materiais digitais

Antes do período eleitoral



EVENTO DE LANÇAMENTO

**FORTALECER A
AGROECOLOGIA
NOS TERRITÓRIOS
DA TERRA À MESA BRASIL**

📅 9/3/2026 (SEGUNDA-FEIRA)
🕒 9:00 - 11:30
📍 SINDICATO DOS TRABALHADORES RURAIS
DE SANTARÉM (STTR - SANTARÉM/PA)
🔊 O EVENTO SERÁ TRANSMITIDO AO VIVO PELO
CANAL DA FASE NO YOUTUBE.COM/ONGFASE

REALIZAÇÃO:    

Durante período eleitoral



EVENTO DE LANÇAMENTO

**FORTALECER A
AGROECOLOGIA
NOS TERRITÓRIOS
DA TERRA À MESA BRASIL**

📅 9/3/2026 (SEGUNDA-FEIRA)
🕒 9:00 - 11:30
📍 SINDICATO DOS TRABALHADORES RURAIS
DE SANTARÉM (STTR - SANTARÉM/PA)
🔊 O EVENTO SERÁ TRANSMITIDO AO VIVO PELO
CANAL DA FASE NO YOUTUBE.COM/ONGFASE

REALIZAÇÃO:   

Alternativas visuais para placas

Devem ser cobertas — **preferencialmente com tarja preta** — as marcas e assinaturas do Governo Federal em placas de obras e projetos, bem como quaisquer expressões, imagens ou elementos que possam identificar autoridades, servidores ou gestões em disputa eleitoral.

Exemplo de aplicação - placas

Antes do período eleitoral



Placa de evento antes do período eleitoral. O topo contém uma barra decorativa com ícones coloridos. O texto principal é: "EVENTO DE LANÇAMENTO FORTALECER A AGROECOLOGIA NOS TERRITÓRIOS DA TERRA À MESA BRASIL". Abaixo, as informações de data e horário: "9/3/2026 (SEGUNDA-FEIRA) 9:00 - 11:30". O local é: "SINDICATO DOS TRABALHADORES RURAIS DE SANTARÉM (STTR - SANTARÉM/PA)". Uma nota indica: "O EVENTO SERÁ TRANSMITIDO AO VIVO PELO CANAL DA FASE NO YOUTUBE.COM/ONGFASE". No rodapé, a seção "REALIZAÇÃO:" lista: "FASE", "DA TERRA À MESA", "MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGROPECUÁRIO E AGRICULTURA FAMILIAR" e "GOVERNO DO BRASIL".

Durante período eleitoral



Placa de evento durante o período eleitoral. A estrutura é idêntica à da placa anterior, mas com uma alteração no rodapé: a seção "REALIZAÇÃO:" mantém "FASE" e "DA TERRA À MESA", mas substitui os logos do Ministério e do Governo do Brasil por uma tarja preta retangular.



Então, o que é permitido?



COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

- Divulgação de **projetos, ações e resultados** da organização
- **Publicações** sobre causas (educação, meio ambiente, direitos, etc.)
- Prestação de contas e **transparência**

Exemplo: "Projeto X ampliou o acesso à água em comunidades rurais."

EDUCAÇÃO CIDADÃ E POLÍTICA (SEM VIÉS PARTIDÁRIO)

- **Explicar** como funcionam as eleições
- **Incentivar** o voto consciente
- Produzir **guias** para eleitores

Exemplo: "Confira dicas para avaliar propostas de candidatos."

DEBATE PÚBLICO E INCIDÊNCIA (COM CUIDADO)

- Defender **pautas e direitos**
- **Cobrar** políticas públicas
- Promover **debates temáticos**

Importante: Sem mencionar candidatos de forma favorável/desfavorável e sem direcionar voto

EVENTOS E DEBATES

- Realizar debates com **tratamento isonômico** entre candidatos
- Promover rodas de conversa sobre **temas públicos**



Atividade pessoal

- Trabalhadores da organização podem apoiar, se opor ou expressar preferência por candidatos, desde que isso ocorra em sua esfera pessoal, sem associação com a instituição.

Exemplos: publicações em redes sociais próprias e participação em iniciativas pessoais, sem vínculo com o cargo na instituição.

- Recursos da organização não devem ser utilizados
- Em redes sociais, inclua um aviso indicando que os comentários representam opiniões pessoais
- Fique atento às linhas tênues entre representação pessoal e profissional



Perguntas para checagem

- A atividade/declaração **identifica** um ou mais candidatos?
- A atividade/declaração expressa **aprovação ou desaprovação** pelas posições ou ações dos candidatos?
- Será realizada **próximo à data** da eleição?
- Refere-se à **votação** ou à eleição?
- A atividade/declaração **aborda um tema que divide** os candidatos?
- É uma **atividade nova** que não foi realizada fora do ano eleitoral?
- A atividade **beneficia um candidato ou partido** às custas de outro?



NÃO É APROPRIADO

Publicar as propostas regulatórias e projetos de lei relacionados a temas de interesse público, incluindo como candidatos votaram historicamente em questões semelhantes

BOA IDEIA

Convidar especialistas para discutir questões ambientais em jogo

Estudo de caso

Durante uma reunião semanal, uma organização da sociedade civil discutiu ideias para mudar a narrativa institucional antes, durante e depois das eleições.

Quais das ideias geradas na reunião são apropriadas para esse período?

NÃO É APROPRIADO

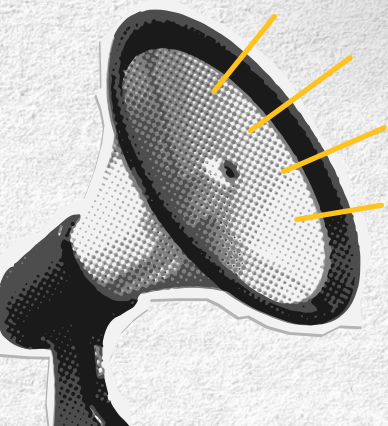
Pedir a candidatos de diferentes partidos que assinem uma carta de compromisso quanto à justiça climática

BOA IDEIA

Disponibilizar material para todos os candidatos sobre estratégias para avançar em políticas públicas, caso eleitos

BOA IDEIA

Publicar um artigo sobre questões ambientais que estão em jogo durante esta eleição





DESCUMPRIR AS REGRAS ELEITORAIS PODE TRAZER CONSEQUÊNCIAS SÉRIAS

O descumprimento das regras pode gerar consequências indiretas ou diretas:

Envolvimento em investigação

- A FASE pode ser chamada a prestar esclarecimentos e ter contratos e comunicações analisados

Questionamento de contratos e parcerias

- Suspensão de ações vinculadas ao poder público e risco de bloqueio ou atraso de repasses

Devolução de recursos (em casos mais graves)

- Apenas se for entendido que houve uso indevido de recursos públicos para promoção institucional

Danos à reputação

- Causando perda de credibilidade e exposição negativa pública





Lembre-se de informar à equipe de Comunicação sobre qualquer material produzido durante o período eleitoral, especialmente em caso de possível irregularidade.

Em caso de dúvida, entre em contato:
comunicacao@fase.org.br com cópia para
isabelle.rodrigues@fase.org.br e
laura.motta@fase.org.br

Equipe:

Coordenadora – Isabelle Rodrigues

Analista – Laura Motta

Estagiárias – Maria Eduarda Lopes e Gabriela Polydoro

