

# Guia de orientações sobre a comunicação durante o ano eleitoral

---

ELEIÇÕES 2026



**Governador do Estado do Paraná**

Carlos Massa Ratinho Junior

**Vice-Governador do Estado do Paraná**

Darci Piana

**Secretário de Estado da Comunicação**

Cleber Mata

**Diretor-Geral da Secretaria de Estado da Comunicação**

Eduardo Pugnali Marcos

**Diretora de Comunicação Digital**

Cinthia Amador Genguini

**Diretor de Imprensa**

Eriksson Felipe Denk

**Diretor de Publicidade**

Willian dos Santos Silva

**Diretora de Rádio e Televisão Educativa do Paraná**

Giselle Mara de Lima

**Assessoria Técnica da Secretaria de Estado da Comunicação**

Kamylla de Paula Padilha

# ÍNDICE

<b>1 INTRODUÇÃO E MARCO LEGAL</b>	<b>3</b>
<b>2 CALENDÁRIO ELEITORAL DO ANO DE 2026</b>	<b>3</b>
<b>3 ORIENTAÇÕES</b>	<b>4</b>
a) Vedação à promoção pessoal	4
b) Suspensão da publicidade no período vedado	4
c) Aumento de gastos com publicidade	6
d) Comunicação via internet	7
e) Placas publicitárias de obras	7
f) Redes sociais	8
<b>4 IDENTIFICAÇÃO OFICIAL</b>	<b>9</b>
<b>5 PROCEDIMENTOS A SEREM ADOTADOS PARA A ADEQUAÇÃO</b>	<b>10</b>
<b>6 ATUALIZAÇÃO JURISPRUDENCIAL</b>	<b>11</b>

# 1. INTRODUÇÃO E MARCO LEGAL

Este guia foi criado para orientar os agentes públicos acerca dos procedimentos a serem adotados no que se refere à comunicação durante o ano eleitoral de 2026. As informações do presente guia complementam o Manual de Redes Sociais e Boas Práticas Digitais.

A Lei Federal nº 9.504/1997 estabelece que as vedações se aplicam a todos os agentes públicos, ou seja, servidores públicos, estagiários, prestadores de serviços terceirizados ou qualquer pessoa que tenha relação com a Administração Pública Direta e Indireta, ainda que sem remuneração para tal. Vale lembrar que há condutas vedadas que são direcionadas a todas as esferas de governo e outras apenas à circunscrição do pleito.

As demais condutas aplicáveis ao período eleitoral encontram-se disciplinadas no **Manual de Condutas Vedadas em Ano Eleitoral**, elaborado pela Procuradoria-Geral do Estado no ano de 2026.

## 2. CALENDÁRIO ELEITORAL DO ANO DE 2026

A partir de 04 de julho de 2026, é vedado autorizar Publicidade Institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos estaduais.

O período vedado é finalizado assim que for anunciado o resultado da eleição.

Início do período de vedação: **04 de julho de 2026**

Dia das Eleições: **1º Turno - 04/10/2026**  
**2º Turno - 25/10/2026**

Retorno das atividades: **05/10 ou 26/10** a depender da realização do 2º Turno nas Eleições de 2026

# 3. ORIENTAÇÕES

## a) Vedação à promoção pessoal

A Constituição Federal define a necessidade de adoção de caráter educativo ou informativo da publicidade dos atos, serviços e campanhas dos órgãos públicos, a ser realizada de forma a não caracterizar promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

A vedação à promoção pessoal é aplicável continuamente, durante todos os anos, independentemente de ser ou não ano eleitoral, sob pena de configurar abuso de poder de autoridade.

## b) Suspensão da publicidade no período vedado

A Lei das Eleições (Lei Federal nº 9.504/1997), no artigo 73, estabeleceu as condutas vedadas aos agentes públicos, objetivando prevenir atos que possam desequilibrar o pleito eleitoral.

Em regra geral, a esfera de governo que está em disputa eleitoral no respectivo ano tem a vedação nos 3 (três) meses antes do dia da eleição, sendo proibido autorizar Publicidade Institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos seus órgãos e respectivas entidades da administração indireta. Apenas entidades da Administração Indireta que tenham como objeto produtos e serviços que tenham concorrência no mercado não estão afetadas por essa vedação sobre publicidade. Nos demais casos, excepcionalmente, é admitida a publicidade nos casos de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida previamente e especificamente pela Justiça Eleitoral.

Segundo a Resolução nº 23.735/2024 do Tribunal Superior Eleitoral, considera-se Publicidade Institucional *vedada a indicação de nomes, slogans, símbolos, expressões, imagens ou outros elementos que permitam identificar autoridades, governos ou administrações cujos cargos estejam em disputa na campanha eleitoral*. Desse modo, devem ser tomadas as providências para adequar o conteúdo de todos os canais oficiais.

**Deve ser removido todo conteúdo institucional que identifique autoridades e servidores que irão concorrer ao pleito eleitoral, ainda que anterior ao período de vedação.**

## NÃO PODE



Realizar Publicidade Institucional que desequilibre o pleito com a utilização de slogans, símbolos e logotipos não definidos por legislação própria que, no caso do Estado do Paraná, se trata do seu Manual de Marcas.  
.....



Uso de e-mails oficiais para a divulgação de materiais de campanha eleitoral ou com finalidade correlata.  
.....



Uso de qualquer rede social para fins eleitorais em horário do expediente ou por meio dos equipamentos do Estado.  
.....



Realização de qualquer tipo de propaganda política paga a ser veiculada no rádio e na televisão.  
.....



Distribuir materiais ou bens em decorrência de ações de comunicação (art. 73, § 10, da Lei Federal nº 9.504/1997).

## PODE



Realizar Publicidade Legal, destinada à divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo, com o objetivo de atender a legislação.  
.....



Divulgar informações relevantes necessárias à prestação de serviço público.  
.....



Divulgar temas de interesse social e utilidade pública.  
.....



Manter ativos os canais de transparência, garantindo o acesso à informação.

As informações de caráter institucional devem continuar a ser divulgadas regularmente, desde que desprovidas de qualquer elemento que configure promoção pessoal de autoridades e agentes públicos em geral. Nesse sentido, comunicados, datas de vacinação, entre outros, devem permanecer sendo divulgados. A legislação eleitoral estabelece restrições à promoção pessoal de agentes públicos e candidatos, o que, contudo, não implica na interrupção do dever de transparência.

## JURISPRUDÊNCIA

O Tribunal Superior Eleitoral – TSE possui entendimento de que não importa o resultado final das eleições ou aspectos subjetivos, como culpa ou dolo, para que seja considerado abuso do poder político ou do uso indevido dos meios de comunicação social:

[...] A aferição do abuso do poder econômico, político ou do uso indevido dos meios de comunicação social independe do resultado do pleito, devendo ser aferida de acordo com a gravidade da situação revelada pela prova dos autos. [...] (TSE. Ac. de 7.2.2017 no RO n.º 138069, rel. Min. Henrique Neves da Silva). Eleições 2020. [...] Conduta vedada a agente público. Publicidade Institucional em período vedado. Art. 73, VI, b, da Lei n.º 9.504/1997.

[...] Postagem de obras e serviços públicos. Rede social. Instagram. Outdoors. Símbolos e slogan da administração municipal. Ilícitude configurada. Ilícito de caráter objetivo. Viés eleitoral. Repercussão da conduta. Desnecessidade. [...] 5. Os efeitos decorrentes do cometimento da conduta vedada são automáticos, ante o caráter objetivo do ilícito, o qual prescinde da análise de pormenores circunstanciais que eventualmente possam estar atrelados à prática, tais como potencialidade lesiva e finalidade eleitoral. [...] (TSE. Ac. de 12.8.2021 no AgR-REsp-El n.º 060030628, rel. Min. Edson Fachin);<sup>1</sup>

### c) Aumento de gastos com publicidade

É vedado o aumento de gastos com publicidade no primeiro semestre do ano de eleição. Para que isso não ocorra, a legislação estabeleceu média eleitoral a ser respeitada por todos os órgãos e entidades da Administração Pública Direta e Indireta.

**A vedação se aplica a todas as esferas de governo em anos de eleição** e não apenas à circunscrição do pleito, ou seja, quem está em disputa eleitoral efetivamente.

O cálculo é realizado de maneira global. Conforme previsto no art. 73, inciso VII, da Lei das Eleições (Lei Federal n.º 9.504/1997), os gastos não podem exceder 6 (seis) vezes a média mensal dos valores empenhados e não cancelados nos 3 (três) últimos anos que antecedem o pleito.

É a interpretação da Procuradoria-Geral do Estado do Paraná acerca do cálculo:

- i) deve ser considerado o valor total da Administração Pública Direta e Indireta, incluindo as empresas estatais;*
- ii) para as empresas estatais, há que se observar também o art. 93, § 2º, da Lei Federal n.º 13.303/2016, com três limites para o ano eleitoral, a saber: a) despesa geral com publicidade de que trata o inc. VII do art. 73 da Lei Eleitoral; b) percentual máximo de despesas com publicidade e patrocínio em relação à receita bruta da entidade; e c) o limite de gastos das estatais quando as eleições visarem ao preenchimento de cargos do ente federativo a que sejam vinculadas.<sup>2</sup>*

<sup>1</sup>Manual de Condutas Vedadas aos Agentes Públicos em Ano Eleitoral. Procuradoria-Geral do Estado do Paraná (2024).

Em caso de descumprimento, são as penalidades previstas:

Suspensão imediata da conduta vedada e multa no valor de cinco a cem mil UFIR aos agentes responsáveis, aos partidos políticos, às coligações e aos candidatos beneficiados, sem prejuízo de outras sanções fixadas pelas demais leis vigentes e cassação do registro do candidato.

Importante frisar que a Lei Federal nº 14.356/2022, que alterou a Lei das Eleições, mudou a forma de vedação quanto aos gastos com publicidade, que antes considerava a efetiva realização da despesa. Agora, fica proibido já a partir do empenho de despesas com publicidade no período e nos limites fixados em lei.

#### **d) Comunicação via internet**

Será suspensa a publicação de notícias nos sites institucionais de todos os órgãos da administração direta e indireta, de forma que toda comunicação será realizada via Agência de Notícias do Estado do Paraná.

#### **e) Placas publicitárias de obras**

Deverão ser corrigidas as placas de obras, painéis e outdoors que tenham como função identificar obras ou dar-lhes publicidade.

Para a adequação, é necessário ocultar das placas os símbolos que façam referência à logomarca identificadora de gestão estadual.

A correção consistirá na retirada, substituição ou cobertura de marcas e slogans, mantendo-se apenas as informações sobre a obra e o Brasão do Estado.

Quando as placas tiverem sido instaladas por órgãos da Administração Pública Estadual, direta ou indireta, caberá a eles promover as devidas correções ou, quando for o caso, solicitar formalmente a terceiros responsáveis — como conveniados ou contratados — que realizem as adequações necessárias. Esta é jurisprudência sobre o caso:

[...] Conduta vedada. Art. 73, VI, b, da Lei 9.504/97. Publicidade Institucional. Período vedado. Uso de logomarca do gestor em bens públicos. [...] o agravante, candidato à reeleição no pleito de 2020, exibiu material publicitário com a logomarca identificadora de sua gestão no Poder Executivo em veículos oficiais, em placas de obras de engenharia e em alguns prédios públicos nos três meses que antecederam o pleito. 6. A respeito do conteúdo do material publicitário, a Corte a quo assentou que ‘não se trata de uso do brasão do município, mas da logomarca que identificava a gestão dos representados e ora recorridos’. [...] (Ac. de 28.4.2022 no AgRAREspE nº 060048137, rel. Min. Benedito Gonçalves.)<sup>3</sup>

Segundo o TSE:

“Configura propaganda institucional vedada a manutenção de placas de obras públicas colocadas anteriormente ao período previsto no art. 73, VI, b, da Lei das Eleições, quando delas constar expressões que possam identificar autoridade, servidores

<sup>3</sup>Manual de Condutas Vedadas aos Agentes Públicos em Ano Eleitoral. Procuradoria-Geral do Estado do Paraná (2026).

ou administrações cujos cargos estejam em disputa na campanha eleitoral.” (TSE, ED-ED-AgR-AI nº 10.783, Acórdão de 15/04/2010, relator ministro Marcelo Henrique Ribeiro de Oliveira. “É vedada a permanência de placas identificadoras de obras públicas e com conteúdo promocional do governo concorrente ao pleito, ainda que confeccionadas pela iniciativa privada.” (Recurso Especial Eleitoral nº 59297, Relator(a) Min. Luciana Christina Guimarães Lóssio, Acórdão de 09/12/2015)<sup>4</sup>

Ressalta-se a importância de que os órgãos e entidades do Poder Executivo Estadual mantenham registros que comprovem, de forma clara e inequívoca, a solicitação dessas providências aos responsáveis, a fim de eventual apresentação à Justiça Eleitoral.

Em caso de elaboração de novas placas deverá ser seguido o modelo do [\*\*\*Manual de Uso do Brasão no Período Eleitoral.\*\*\*](#)

## f) Redes sociais

Durante o período de eleição estadual, **as redes sociais oficiais do governo estadual serão suspensas com a ocultação de todos os conteúdos** devido às restrições estabelecidas para garantir a imparcialidade e evitar o uso do poder público em benefício de candidatos específicos. Essas regras são estabelecidas pela legislação eleitoral brasileira, principalmente pela Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições) e pelas resoluções e jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

Os perfis institucionais oficiais são os criados em conformidade com os trâmites previstos no Decreto nº 2.663/2023, que dispõe sobre o Sistema Estadual de Comunicação. Excepcionalmente alguns perfis poderão permanecer ativos, com expressa autorização da SECOM via e-protocolo, porém estarão submetidos as seguintes ações vedadas:

**NÃO PODE**



**Propaganda eleitoral:** é vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral nas redes sociais oficiais do governo estadual, órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta. Isso inclui posts, comentários, compartilhamentos ou qualquer outra forma de apoio explícito ou implícito a candidatos, partidos políticos ou coligações.



**Uso de imagens, símbolos ou slogans de campanha:** não é permitido postar conteúdo que contenha imagens, cores, símbolos, slogans ou qualquer material que possa ser associado a candidatos ou partidos políticos.

<sup>3</sup> Manual de Condutas Vedadas aos Agentes Públicos em Ano Eleitoral. Procuradoria-Geral do Estado do Paraná.

<sup>4</sup> Ibidem.



**Postagens de realizações governamentais:** é vedada, por parte do Estado, a divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas das esferas em disputa eleitoral que não possuam caráter estritamente informativo e educativo em prol da população, sempre sem a identificação de símbolos ou cores que possam identificar gestão e caracterização de promoção de agentes públicos.

.....



**Interação com candidatos:** não se deve interagir com perfis de candidatos, seja por meio de curtidas, comentários, compartilhamentos ou menções. Além disso, não postar conteúdo que identifique autoridades e servidores que irão concorrer ao pleito eleitoral, ainda que o conteúdo tenha sido produzido em período anterior ao período de vedação.

.....



**Marcações, menções e colaborações:** considerando que as redes sociais serão desativadas, contudo, em eventuais exceções em que as contas se mantiveram ativas é proibido marcar, mencionar ou realizar colaborações (collabs) com órgãos e entes estaduais, bem como agentes políticos, em qualquer publicação nas redes sociais oficiais do governo estadual durante o período eleitoral. Isso inclui qualquer forma de referência que possa ser interpretada como apoio ou promoção.

.....



**Avatares e fotos de perfil:** deverão ser substituídos pelo Brasão do Estado.

.....

## 4 . IDENTIFICAÇÃO OFICIAL

Em cumprimento ao estabelecido pela Constituição do Estado do Paraná e pela Lei Estadual nº 15538/2007, os bens públicos estaduais móveis e imóveis, incluídos veículos, equipamentos urbanos, sinalização de logradouros, placas, painéis e cartazes sinalizadores ou informativos de obras públicas estaduais serão identificados pelo Brasão de Armas, assim como os atos e expedientes oficiais.

No que se refere às logomarcas das entidades, admite-se sua utilização desde que estejam previstas no Manual de Identidade de Marcas do Estado e em conformidade com as diretrizes aplicáveis ao período eleitoral. Fica vedada, contudo, a criação de novas logomarcas nesse período.

# 5. PROCEDIMENTOS A SEREM ADOTADOS PARA A ADEQUAÇÃO

- Retirar as ferramentas de notícias e multimídia de todos os portais do Governo.
- Remover ou editar a Publicidade Institucional online de todos os canais de comunicação oficiais mantidos pelo Governo do Estado.
- Ocultar conteúdos e suspensão das Redes Sociais.
- Excepcionalmente perfis oficiais poderão permanecer ativos com autorização expressa da SECOM. No entanto, publicações que contenham Publicidade Institucional ou conteúdo que identifique autoridades e servidores que venham a concorrer no pleito eleitoral deverão ser arquivadas. Caso isso não seja possível, deverão ser excluídas.
- Utilizar o Brasão do Estado em todos os documentos oficiais, removendo quaisquer logotipos ou cores que possam identificar a gestão.
- Utilizar apenas logos de entidades que sejam autorizadas pelo Manual de Marcas do Estado.
- Qualquer release produzido deve ser enviado para a Agência de Notícias. Eles não podem conter menção de candidatos e devem respeitar apenas aquilo que é de interesse público.
- As notícias da Agência de Notícias anteriores a 4 de julho de 2026 deverão ser ocultadas até o final do pleito para Governador.
- Cada órgão ou entidade responsável deve adequar sua Publicidade Institucional offline à legislação.
- Adaptar a assinatura do servidor no e-mail institucional, que deve ser: simples, com adequada identidade visual, resumida aos dados e contato do servidor e ao Brasão do Estado.
- Considerando as restrições aplicáveis aos websites do Estado, será disponibilizada à imprensa a possibilidade de cadastro, mediante login e senha, no banco de notícias institucional, para acesso às matérias relacionadas ao Estado do Paraná.

# 6. ATUALIZAÇÃO JURISPRUDENCIAL

É vedada a Publicidade Institucional indireta (ou cruzada), bem como a manutenção de elementos visuais que identifiquem a gestão durante o período vedado. Assim, fica proibida a divulgação, por qualquer meio, de obras e serviços realizados pelo Estado por intermédio de terceiros, ou vice-versa:

AGRAVOS INTERNOS NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL ELEITORAL. AIJE. CONDUTA VEDADA. ART. 73, VI, B, DA LEI 9.504/1997. **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL INDIRETA OU CRUZADA. ESFERA ESTADUAL. DIVULGAÇÃO DE OBRAS E SERVIÇOS REALIZADOS NO MUNICÍPIO.** PERÍODO PROSCRITO. UTILIZAÇÃO DE SLOGANS DA PREFEITURA. DEMAIS CANDIDATOS AO CARGO DE PREFEITO. PREJUÍZO À IGUALDADE DE OPORTUNIDADES. CARÁTER OBJETIVO. INTENÇÃO DE BENEFICIAR A CANDIDATURA. PRESCINDIBILIDADE. AGRAVOS INTERNOS A QUE SE NEGA PROVIMENTO.

1. O cerne da controvérsia consiste em definir se, na propaganda institucional do Governo do Estado para a promoção de realizações e obras feitas no Município, veiculada às vésperas do segundo turno das eleições municipais, a utilização de insígnia e de slogan criados pela Administração Municipal atrai a incidência da proibição do art. 73, VI, b, da Lei n. 9.504/1997 e enseja a aplicação da correspondente penalidade. 2. Nos termos do enunciado sumular n. 71 desta Corte, na hipótese de negativa de seguimento ao recurso especial e da conseqüente interposição de agravo, a parte agravada deverá apresentar contrarrazões tanto ao agravo quanto ao recurso especial, dentro do mesmo tríduo legal. 3. Não há cerceamento de defesa na impossibilidade de realizar sustentação oral e de apresentar memoriais ante o julgamento monocrático do agravo e do recurso especial quando as partes tiveram garantida a prática de todos os atos de defesa nos autos, como verificado na espécie. 4. Nos termos do art. 275, § 5º, do Código Eleitoral, a interrupção do prazo para a interposição dos demais recursos cabíveis somente é afastada na hipótese do não conhecimento dos embargos, por intempestividade ou manifesto descabimento, o que, no caso, não aconteceu. 5. A tese de que é indispensável a formação de litisconsórcio passivo entre o candidato beneficiado e terceiros envolvidos na conduta vedada não foi suscitada na contraminuta ao agravo, tendo sido arguida somente no presente agravo interno; configurando, assim, indevida inovação recursal, o que impede o exame da matéria. 6. O óbice do enunciado n. 24 da Súmula do TSE somente impede que se considerem as premissas fáticas constantes do voto vencido se elas contrariarem a moldura fática fixada no voto vencedor. 7. A decisão agravada está em consonância com a jurisprudência desta Corte de que, de forma excepcional, a Publicidade Institucional de esferas governamentais não envolvidas no escrutínio também pode ser atingida pela proibição versada no art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/1997 quando, de forma anômala, essa propaganda for utilizada para criar vantagens eleitorais significativas e desvirtuar a igualdade de forças

dos candidatos envolvidos no prélio, produzindo efeitos subjacentes que influenciem negativamente a disputa em curso; como observado na presente hipótese. 8. Agravos internos a que se nega provimento. (Agravo Regimental no Agravo em Recurso Especial Eleitoral nº 101294, Acórdão, Relator(a) Min. Kassio Nunes Marques, Publicação: DJE - Diário de Justiça Eletrônico, 15/05/2025). Propagação indireta: “6. A proibição de Publicidade Institucional, nesse contexto, impede que a propagação de fatos positivos relativos ao Governo do Estado seja levada a efeito não apenas pelo próprio governo do Estado, mas ainda por intermédio de entes federativos interpostos. Do contrário, abrir-se-ia um inaceitável flanco para burlas, permitindo-se que a imagem pública de gestores lançados à reeleição fosse impunemente polida e impulsionada, mediante a intervenção de correligionários ocupantes de cargos em outras esferas da Federação.” (RO-El - Recurso Ordinário Eleitoral nº 176880, Acórdão de 25/03/2021).

Ainda, há novos entendimentos sobre propaganda e publicidade na internet, sendo vedada a propaganda eleitoral em sites hospedados no exterior, livemícios com artistas e postagens com viés eleitoral em perfis pessoais corporativos:

c) “Eleições 2022. Representação por propaganda eleitoral irregular. Internet. **Site hospedado no exterior. Domínio registrado em nome de pessoa jurídica.** Clara violação aos art. 57-B e 57-C, §1º, inciso I, da Lei nº 9.504/1997. Ilegalidade que contamina as contas relacionadas em redes sociais. Impugnação em atacado e por amostragem de todo o conteúdo postado em sítio da internet. Impossibilidade. Pretensão incompatível com a atuação necessariamente cirúrgica e minimalista desta Justiça Eleitoral (art. 38 da Res.-TSE 23.610/2019). Liminar concedida. Retirada do site do ar. Medida liminar referendada. 1. Revela-se inviável a pretensão de derrubada de todo um site, com base na impugnação, por amostragem, apenas de alguns conteúdos ali postados, pois o minimalismo e a atuação necessariamente cirúrgica que devem nortear a intervenção desta Justiça Eleitoral no livre mercado de ideias políticas e eleitorais são incompatíveis com qualquer supressão discursiva em atacado. Art. 38 Res.-TSE 23.610/2019. 2. Vícios de conteúdo, se e quando existentes, devem ser impugnados um a um, objetiva e concretamente, com a indicação da respectiva URL, de sorte a autorizar a intervenção necessariamente pontual e cirúrgica desta Casa. Doutrina. Precedentes. 3. Caso de site em que se veicula conteúdo configurador de propaganda eleitoral, mas cujo domínio está registrado em nome de pessoa jurídica, além de estar hospedado em provedor de serviço no exterior, em destacada ofensa à legislação eleitoral regente. Manifesta ilegalidade.

4. O art. 57-B, I e II da Lei nº 9.504/1997 é claro ao proibir a promoção de qualquer tipo de propaganda eleitoral na Internet, positiva ou negativa, em site hospedado no exterior, o que dificulta o controle por esta Justiça Eleitoral e as devidas responsabilizações, inclusive no que concerne à origem dos recursos financeiros destinados à produção de material publicitário de campanha política. Precedentes. 5. A divulgação de propaganda eleitoral em site cujo domínio esteja registrado em nome de pessoa jurídica enquadra-se na vedação contida no art. 57-C, §1º, inciso I, da Lei nº 9.504/1997 [...]” (Ac. de 26.10.2022 no Ref-Rp nº 060099586, rel. Min. Maria Claudia Bucchianeri.)

Em caso de dúvidas sobre o período eleitoral, recomenda-se a adoção de interpretação conservadora, a fim de resguardar o pleito.

# REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990**. Estabelece casos de inelegibilidade.

BRASIL. **Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000**. Lei de Responsabilidade Fiscal.

SÃO PAULO (Estado). **Governo do Estado de São Paulo**. Orientações sobre a atividade publicitária e comunicação em geral no período eleitoral 2022.

PARANÁ (Estado). **Procuradoria-Geral do Estado**. Manual de Condutas Vedadas aos Agentes Públicos em Ano Eleitoral. 2026.

BRASIL. **Tribunal Superior Eleitoral**. Resolução nº 23.735/2024.

PARANÁ (Estado). **Secretaria de Estado da Comunicação Social e da Cultura**. Ano eleitoral 2022: instruções e procedimentos para adequação da comunicação estadual.

BRASIL. **Tribunal Superior Eleitoral**. Resolução nº 23.760, de 2 de março de 2026. Estabelece o calendário eleitoral para as eleições de 2026.

