



ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO  
PROCURADORIA-GERAL FEDERAL  
PROCURADORIA FEDERAL JUNTO AO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA  
CATARINENSE  
GABINETE DO PROCURADOR  
RUA DAS MISSÕES, 100, BAIRRO PONTA AGUDA, BLUMENAU/SC, CEP 89.051-000 FONE: (47) 3331-7800 - E-MAIL:  
PROCURADORIA@IFC.EDU.BR

PARECER Nº 00099/2026/GAB/PFIFCATARINENSE/PGF/AGU

NUP: 23348.001842/2026-09

ORIGEM: IFC - REITORIA

ASSUNTO: ATOS ADMINISTRATIVOS

## RELATÓRIO

1. Vem a seguinte demanda (destaques introduzidos):

"(...)

Prezados,

*Com a aproximação do período eleitoral e visando garantir a estrita observância à legislação vigente, bem como a segurança jurídica das ações de comunicação do Instituto Federal Catarinense (IFC), a Coordenação-Geral de Comunicação (CECOM) solicita orientações quanto aos seguintes pontos:*

*1. Gestão de Conteúdo Digital (Redes Sociais e Site)*

- *Arquivamento/Ocultação: Há a obrigatoriedade de ocultar ou arquivar todas as publicações pretéritas que contenham a marca do Governo Federal ou citações a autoridades, tanto no perfil institucional do Instagram quanto no portal (site) do IFC?*
- *Manutenção do Site: Quais tipos de publicações (notícias, editais, comunicados) são permitidos de forma contínua durante o período de defeso sem que caracterize publicidade institucional vedada?*
- *Interatividade: Qual a orientação para a gestão de comentários em redes sociais? Recomenda-se a desativação total ou a moderação rigorosa para evitar propaganda eleitoral por terceiros?*

*2. Presença de Gestores e Comunidade Interna*

- *Vídeos e Peças de Comunicação: É permitida a participação de gestores (Reitor, Pró-Reitores, Diretores) e membros da comunidade interna em vídeos informativos, podcasts ou peças de feed, desde que restritos ao caráter técnico e educativo da ação? Quais são os limites para evitar a caracterização de "promoção pessoal"?*

*3. Marcas e Identidade Visual*

- *Uso da Marca do Governo Federal: Durante os três meses que antecedem o pleito, a recomendação é a utilização exclusiva da marca do IFC, suspendendo qualquer aplicação da logomarca do Governo Federal em novas peças e nos canais digitais?*

*4. Patrocínios e Apoios (Eventos)*

- *Exposição de Marcas Externas: Em eventos como a MICTI, como deve ser tratada a exposição de marcas de patrocinadores e apoiadores nas redes sociais do Instituto, considerando a limitação da publicidade institucional no período? Certos de vossa atenção, aguardamos as orientações para que possamos instruir adequadamente as equipes de comunicação de todos os nossos campi.*

"(...)"

2. A r. Consulta encaminhada chega por meio do sistema SIPAC/IFC, documento DOCUMENTOS COMPROBATÓRIOS Nº 5610/2026 - PROTOC/REI, ORDEM 2, SISTEMA SIPAC/IFC. Na ORDEM 1, foi juntada o documento “CARTILHA ELEITORAL - CONDUTAS VEDADAS AOS AGENTES PÚBLICOS FEDERAIS NAS ELEIÇÕES DE 2026”.
3. Além desses documentos, consta o r. DESPACHO Nº 31 / 2026 - ASSINST/REI de encaminhamento da r. Consulta a esta Procuradoria.
4. É o relatório.

## FUNDAMENTAÇÃO

5. Preliminarmente, cabe salientar que a presente manifestação toma por base, exclusivamente, os elementos que constam, até a presente data, nos autos do processo administrativo em epígrafe. Destarte, à luz do art. 131 da Constituição Federal de 1988 e do art. 11 da Lei Complementar nº 73/1993, incumbe, a este órgão assessoramento, prestar consultoria sob o prisma estritamente jurídico, não lhe competindo adentrar no mérito de conveniência e à oportunidade dos atos praticados, nem analisar aspectos de natureza eminentemente técnico-administrativa. Nessa linha:

*Boa Prática Consultiva – BPC nº 07*

### **Enunciado**

*O Órgão Consultivo não deve emitir manifestações conclusivas sobre temas não jurídicos, tais como os técnicos, administrativos ou de conveniência ou oportunidade, sem prejuízo da possibilidade de emitir opinião ou fazer recomendações sobre tais questões, apontando tratar-se de juízo discricionário, se aplicável. Ademais, caso adentre em questão jurídica que possa ter reflexo significativo em aspecto técnico deve apontar e esclarecer qual a situação jurídica existente que autoriza sua manifestação naquele ponto.*

6. Assim, o escopo desta manifestação jurídica é orientar o Gestor Público quanto às exigências legais para a prática do ato administrativo sob o aspecto jurídico-formal.
7. Isso porque foge à competência legal desta Procuradoria examinar aspectos técnicos, orçamentários e de mérito, inclusive a veracidade das declarações/documentos carreados aos autos aos quais este parecer será juntado; portanto, cabe ao Gestor decidir se os elementos encartados nos autos atendem ao interesse público e aos princípios constitucionais da Administração Pública, pois como afirmava Seabra Fagundes “*administrar é aplicar a lei de ofício*”. Portanto, até prova em contrário, reputam-se verazes os documentos carreados aos autos, cabendo ao Gestor diligenciar sobre a confiabilidade dessa documentação. Nessa linha, em aplicação extensiva (precedente doutrinário: Hely Lopes Meirelles, Direito Administrativo Brasileiro, 25ª Edição, atualizada, páginas 44-45 – “*A analogia admissível no campo do Direito Público é a que permite aplicar texto de norma administrativa a espécie não prevista, mas compreendida no seu espírito;*”), a Orientação Normativa nº 016/2009 da AGU:

*Aplicação extensiva Orientação Normativa nº 016/2009 da AGU, in verbis:*

*“COMPETE À ADMINISTRAÇÃO AVERIGUAR A VERACIDADE DO ATESTADO DE EXCLUSIVIDADE APRESENTADO NOS TERMOS DO ART. 25, INC. I, DA LEI Nº 8.666, DE 1993.*

8. O exame se aterá somente aos aspectos formais, pois os elementos encartados nos autos, aos quais poderá ser aplicado e juntado este parecer, decorrem de atos administrativos, os quais gozam de presunção de legalidade e veracidade, assim, são tomados de boa fé até prova em contrário – presunção *iuris tantum* – precedente: “(...) *Os atos administrativos gozam de presunção de legalidade e veracidade. Só prova em contrário poderá afetar a eficácia. (...)*” STJ: ROMS 8628/MG. Sexta Turma Rel. Min. Luiz Vicente Cernicchiaro. Julg. 18/08/1998. DJU 21/09/1998. Pág. 232.
9. Ademais, a Procuradoria não dispõe de efetivo humano, estrutura administrativa ou competência legal para realizar diligências investigatórias, dependendo, sempre, de provocação para conhecer de questões jurídicas afetas à economia da entidade assessorada, forte no princípio da legalidade e no da segregação de funções. Nessa linha, também, a Lei nº 9.784/99:

*“(...)*

*Art. 11. A competência é irrenunciável e se exerce pelos órgãos administrativos a que foi atribuída como própria, salvo os casos de delegação e avocação legalmente admitidos.*

*(...)”*

10. A rigor, registra-se, não há previsão legal de exercício de função fiscalizatória dos atos administrativos pela assessoria jurídica - exceto quanto ao exame das minutas de instrumentos jurídicos em geral e no âmbito da Lei nº 8.666/93 e da Lei n. 14.133/21. Tal competência legal, a de fiscalização, é dos órgãos de controle, interno e externos, e do próprio Gestor, cujo ônus nessa função é, como já dito, na lição do saudoso Seabra Fagundes, “*administrar é aplicar a lei de ofício*”. Indo ao encontro do sustentando, as orientações da AGU pertinentes à atividade consultiva:

*Boa Prática Consultiva – BPC nº 05*

*Enunciado*

*Não é função do Órgão Consultivo, após expressar seu juízo conclusivo de aprovação acerca das minutas de editais e contratos, em cada caso concreto, pronunciar-se, posteriormente, para fiscalizar o cumprimento das recomendações ofertadas. Sempre que necessário, o conteúdo de alteração de cláusulas editalícias ou contratuais deve ser sugerida pelo Advogado Público.*

*Boa Prática Consultiva – BPC nº 07*

*Enunciado*

*O Órgão Consultivo não deve emitir manifestações conclusivas sobre temas não jurídicos, tais como os técnicos, administrativos ou de conveniência ou oportunidade, sem prejuízo da possibilidade de emitir opinião ou fazer recomendações sobre tais questões, apontando tratar-se de juízo discricionário, se aplicável. Ademais, caso adentre em questão jurídica que possa ter reflexo*

*significativo em aspecto técnico deve apontar e esclarecer qual a situação jurídica existente que autoriza sua manifestação naquele ponto.*

11. O mérito administrativo não é sindicável por assessoria jurídica. Precedente: “... (...)...O exame dos atos administrativos no âmbito do Poder Judiciário se circunscreve à legalidade e à observância das garantias do contraditório e da ampla defesa, sendo insindicável o mérito do ato administrativo....(...)...” – Trecho do V. Acórdão no MS 31.068 – Distrito Federal. Relator Exmo. Ministro LUIZ FUX – STF – 21/06/2016, disponível em [www.stf.jus.br](http://www.stf.jus.br).

12. Devidamente acatada a discricionariedade administrativa, recomenda-se, em caso de divergência com os termos desta manifestação jurídica, que o Gestor, individual ou coletivo, observe a Lei nº 9.784/99, Art. 50, caso entenda adotar entendimento diverso do que for aqui recomendado:

*"Os atos administrativos deverão ser motivados, com indicação dos fatos e dos fundamentos jurídicos, quando: ... (...)..."*

*§ 1º A motivação deve ser explícita, clara e congruente, podendo consistir em declaração de concordância com fundamentos de anteriores pareceres, informações, decisões ou propostas, que, neste caso, serão parte integrante do ato.*

*§ 2º Na solução de vários assuntos da mesma natureza, pode ser utilizado meio mecânico que reproduza os fundamentos das decisões, desde que não prejudique direito ou garantia dos interessados.*

*§ 3º A motivação das decisões o de órgãos colegiados e comissões ou de decisões orais constará da respectiva ata ou de termo escrito."*

13. Sem embargo, persistindo dúvida jurídica, deve ser suscitada a esta Procuradoria. Sendo a dúvida de outra natureza (quanto a aspectos de gestão, conveniência e oportunidade, questões orçamentárias, científicas, veracidade de documentos), deve o Gestor utilizar dos outros meios de que dispõe, inclusive, comissões de *experts* para emitir laudos técnico-científicos que forem pertinentes, uma vez que não é competência legal desta realizar diligências ou agir de ofício, por falta de competência legal (falta, inclusive, de meios, eis que a AGU não disponibiliza apoio especializado como sói acontecer em outras carreiras jurídicas, inclusive da própria AGU).

14. Prosseguindo na análise deste feito, este parecer toma por base, exclusivamente, os elementos que constam, até a presente data, nos autos do processo administrativo em epígrafe, realizando a opinião jurídica à luz da Lei Complementar nº 73/93, no âmbito de competência jurídica, não nos competindo analisar o mérito do ato administrativo pretendido, característica eminentemente técnico-administrativa.

15. A r. Consulta foi formulada genericamente, em abstrato, eis que dissociada de quaisquer situações ou processos administrativos específicos.

16. A rigor, em termos de mitigação de riscos jurídicos ao interesse e patrimônios públicos, aos Gestores e demais agentes públicos, a orientação ampla e geral já foi veiculada na “*CARTILHA ELEITORAL - CONDUTAS VEDADAS AOS*

## AGENTES PÚBLICOS FEDERAIS NAS ELEIÇÕES DE 2026”.

17. Não se conhece metodologia jurídica apta a antecipar como os órgãos de controle (internos, Auditoria Interna ou Corregedoria; externos, MPF, TCU, CGU e Poder Judiciário) apreciarão e caracterização **atos administrativos futuros** cujo conteúdo e forma se desconhece.

18. Após pesquisa na base de dados da AGU, em linha com o sustentado no parágrafo anterior, de impossibilidade de antecipação acerca de como serão apreciados atos administrativos futuros pelos diversos Órgãos de Controle, não se encontrou precedente administrativo (peça jurídica opinativa) enfrentando questionamentos similares aos trazidos pela r. Consulta, indicando, salvo melhor juízo dos que melhor entenderem, justamente a ausência de metodologia jurídica apta a antecipar, **em abstrato**, o que será ou não será reputado ilegal, dentro do tema suscitado.

19. Sem embargo, **encontrou-se precedentes administrativos que tratam de situações específicas, divulgação de edital de ingresso**, no período eleitoral e a “Realização da Semana Brasileira de Educação Midiática (SBEM) em ano eleitoral”.

20. Para maior celeridade na resposta à r. Consulta, adotam-se esses precedentes como fundamentações *per relationem* deste opinativo jurídico ao mesmo tempo em que eles funcionam como referências de como foi aplicada a legislação eleitoral e a “CARTILHA ELEITORAL - CONDUTAS VEDADAS AOS AGENTES PÚBLICOS FEDERAIS NAS ELEIÇÕES DE 2026”. Veja-se - destaques introduzidos:

"(...)

PARECER Nº 00075/2026/CONSU/PF/IFMG /PGF/AGU

NUP: 23208.001838/2026-37

INTERESSADOS: RE-GAB

ASSUNTOS: AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

*EMENTA: Publicidade legal. Período eleitoral. **Divulgação de edital de ingresso no IFMG. Possibilidade condicionada à observância das recomendações e cautelas contidas no presente parecer.** Fundamento legal: art. 37, §1º, da Constituição Federal; o art. 73, VI, “b”, da Lei nº 9.504/1997; Decreto n. 6.555, de 2008; Portaria MCOM nº 3.948, de 26 de outubro de 2021; Portaria SECOM/MCOM Nº 5973, de 28 de junho de 2022; Parecer nº 003/2018/CTEL/CGU/AGU (NUP: 03000.001437/2018-96, Seq. 17/21) e Cartilha da Advocacia-Geral da União sobre Condutas Vedadas aos Agentes Públicos Federais em Eleições (11ª ed., rev. e atual. - Brasília: Advocacia-Geral da União, 2026).*

#### RELATÓRIO

*Trata-se de consulta formulada pela área competente do IFMG acerca da viabilidade jurídica de manutenção das estratégias de divulgação do Processo Seletivo institucional nos mesmos moldes adotados no exercício anterior, considerando a ocorrência de período eleitoral.*

*Relata-se que os Processos Seletivos do IFMG são realizados anualmente, entre os meses de agosto e setembro, em cronograma definido pela Pró-Reitoria de Ensino, observando-se as necessidades acadêmicas e o calendário de outras instituições. **Informa-se que a divulgação constitui atividade institucional relevante, vinculada à finalidade pública do Instituto, sendo executada pela Diretoria de Comunicação por meio de ampla campanha multicanal, envolvendo produção de conteúdo digital, impulsionamento em redes sociais, utilização de plataformas de busca, participação de estudantes como produtores de conteúdo, além de materiais impressos e mídias externas.***

*Destaca-se, ainda, que as campanhas anteriores alcançaram expressivos resultados, com aumento significativo no número de inscritos, bem como ampla capilaridade de divulgação. **Ressalta-se que as peças publicitárias utilizam exclusivamente a identidade visual do IFMG e de seus campi, sem menção a outros órgãos ou entidades federais.***

*Diante desse contexto, a unidade consulente solicita manifestação jurídica quanto à possibilidade de continuidade das ações de divulgação do Processo Seletivo nos mesmos parâmetros anteriormente adotados, à luz das restrições impostas pela legislação eleitoral.*

*É o relatório.*

#### FUNDAMENTAÇÃO

A consulta versa sobre a possibilidade de manutenção, em período eleitoral, das estratégias de divulgação do Processo Seletivo do IFMG, nos mesmos moldes adotados em exercícios anteriores, notadamente quanto à produção e impulsionamento de conteúdos digitais, utilização de mídias sociais, contratação de serviços de publicidade e confecção de materiais gráficos.

**A matéria deve ser analisada à luz do art. 37, §1º, da Constituição Federal, bem como do art. 73, VI, "b", da Lei nº 9.504/1997, do Decreto n. 6.555, de 2008, da Portaria MCOM nº 3.948, de 26 de outubro de 2021, da Portaria SECOM/MCOM Nº 5973, de 28 de junho de 2022[1], além das orientações constantes da Cartilha da Advocacia-Geral da União sobre Condutas Vedadas aos Agentes Públicos Federais em Eleições (11ª ed., rev. e atual. - Brasília: Advocacia-Geral da União, 2026) e do Parecer nº 003/2018/CTEL/CGU/AGU, aprovado pelo Advogado-Geral da União (NUP: 03000.001437/2018-96, Seq. 17/21).**

**Nos termos do art. 73, VI, "b", da Lei nº 9.504/1997, é vedada, nos três meses que antecedem o pleito, a autorização de publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos federais, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral.** A norma visa assegurar a igualdade de oportunidades entre candidatos, evitando o uso promocional da máquina pública.

**Contudo, o Parecer nº 003/2018/CTEL/CGU/AGU estabelece importante distinção entre publicidade institucional vedada e a publicidade legal, esta reservada a divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com o objetivo de atender a prescrições legais. Trata da divulgação de conteúdos técnicos e, por vezes, derivados de lei.**

Nos termos da Portaria MCOM nº 3.948, de 26 de outubro de 2021, a publicidade legal "destina-se à publicação de avisos, balanços, relatórios e de outras informações que os órgãos da administração pública federal estejam obrigados a divulgar por força de lei ou de regulamento."

**O Parecer nº 003/2018/CTEL/CGU/AGU, menciona, ainda, com fundamento na então Instrução Normativa SG-PR Nº 01, de 11 de abril de 2018, algumas exceções de ordem prática às restrições legais do art. 73, VI, b da Lei nº 9.504/97, cite-se:**

1. publicidade legal, que tem por objetivo divulgar atos oficiais ou de caráter meramente administrativo (normas, decisões, atas, editais, avisos, balanços, etc.), atos esses que possuem efeitos jurídicos potenciais sobre os cidadãos - cidadãos que, por presunção legal, devem necessariamente tomar conhecimento desses mesmos atos (arts. 3, V, e 22, caput, inciso I, e parágrafo único, da IN SECOM/PR 1/2018);
2. publicidade de utilidade pública reconhecida como de grave e urgente necessidade pública pela Justiça Eleitoral (art. 73, VI, "b", da Lei 9.504/1997; e arts. 3, III, e 22, II, da IN SECOM/PR 1/2018);
3. publicidade mercadológica de produtos e serviços com concorrência no mercado (art. 73, VI, "b", da Lei 9.504/1997; e arts. 3, IV, e 22, III, da IN SECOM/PR 1/2018);
4. publicidade destinada a público constituído de estrangeiros, realizada no país ou no exterior (art. 22, IV, da IN SECOM/PR 1/2018);
5. ações de promoção e patrocínio de atividades e eventos culturais, esportivos e científicos, sendo o material publicitário de divulgação sujeito, porém, ao controle da legislação eleitoral (arts. 3, VII e VIII, 26, 27 e 28 da IN SECOM/PR 1/2018);
6. ações específicas de relacionamento com a imprensa, por meio da disponibilização, inclusive em áreas de livre acesso de propriedades digitais, de releases ("Notas para a Imprensa") contendo um relato mínimo, neutro e objetivo de determinado ato ou atividade da administração que seja de interesse público (arts. 3, IX, e 29 da IN SECOM/PR 1/2018); e
7. entrevistas com representantes das unidades de comunicação social dos órgãos e entidades da administração pública de conteúdo meramente informativo (art. 32 da IN SECOM/PR 1/2018).

Em que pese a revogação da Instrução Normativa SG-PR Nº 01, de 11 de abril de 2018, a Portaria SECOM/MCOM Nº 5973, de 28 de junho de 2022, concentrou-se em aperfeiçoamentos técnicos e sistematização normativa, sem promover mudanças de mérito, preservando as hipóteses excepcionais de publicidade institucional, com reforço dos princípios da impessoalidade, neutralidade e finalidade pública, conforme se observa do quadro abaixo:

Dispositivo (IN nº 1/2018)    Redação anterior (síntese)    Redação atual (Portaria nº 5.973/2022)

Art. 3º, V e art. 22, I e parágrafo único    Publicidade legal: divulgação de atos oficiais com efeitos jurídicos    Art. 3º, III, e art. 21, I e parágrafo único; c/c Art. 4º, V, d, da Portaria MCOM nº 3.948, de 26 de outubro de 2021,

Art. 3º, III e art. 22, II    Publicidade de utilidade pública de grave e urgente necessidade    Art. 3º, III e art. 21, II; c/c art. 4º, V, a, da Portaria MCOM nº 3.948, de 26 de outubro de 2021

Art. 3º, IV e art. 22, III    Publicidade mercadológica em ambiente concorrencial    Art. 3º, IV e art. 21, IV; c/c Art. 4º, V, c, da Portaria MCOM nº 3.948, de 26 de outubro de 2021

Art. 22, IV    Publicidade destinada a público estrangeiro    Art. 21, III

Art. 3º, VII e VIII; arts. 26, 27 e 28 *Promoção e patrocínio de eventos culturais, esportivos e científicos* Arts. 3º, II e arts. 25 a 27; c/c Art. 4º, III e IV, da Portaria MCOM nº 3.948, de 26 de outubro de 2021

Art. 3º, IX e art. 29 *Relação com a imprensa (releases informativos)* Art. 3º, II e art. 28; c/c Art. 4º, VI, da Portaria MCOM nº 3.948, de 26 de outubro de 2021

Art. 32 *Entrevistas de caráter meramente informativo* Art. 31

*Portanto, o entendimento firmado pelo Parecer nº 003/2018/CTEL/CGU/AGU se mantém e reconhece que a divulgação de processos seletivos por instituições de ensino públicas configura, em regra, atividade de interesse público, diretamente relacionada à missão institucional dos órgãos e entidades, não se caracterizando, por si só, como promoção institucional indevida, desde que observados critérios de impessoalidade, necessidade e continuidade do serviço público.*

Ao tratar dos fatos noticiosos, o Parecer nº 003/2018/CTEL/CGU/AGU faz as seguintes ponderações:

58. Registre-se, mais uma vez, que a cautela é palavra-chave quando se fala em publicidade institucional durante o período eleitoral, restando vedada qualquer comunicação que apresente cunho valorativo, que possa insinuar juízo de valor referente a ações, políticas e programas institucionais e/ou de governo. Portanto, conteúdos noticiosos que veiculem publicidade institucional ficam proibidos durante as eleições.

59. Assim, é importante esclarecer que os conteúdos noticiosos permitidos durante o período eleitoral têm por finalidade levar ao cidadão uma informação presente, explicativa, sem qualquer viés publicitário e que seja relevante apenas em uma data ou período específico no tempo, como por exemplo a divulgação de início de processos seletivos, produção científica e conteúdos didáticos.

60. A mera divulgação de uma notícia, ou seja, a descrição de um fato noticioso não se confunde com a publicidade institucional, que exige uma estratégia de comunicação, um conjunto de atividades integradas que passam por meios de comunicação em massa.

61. Dessa forma, os conteúdos noticiosos poderão ser divulgados em forma de releases à imprensa, que contenham caráter estritamente informativo sobre temas de interesse do cidadão, de orientação ou de prestação de serviço, apenas para dar conhecimento sobre determinada atividade ao público.

O art. 29 da Portaria SECOM/MCOM Nº 5973, de 28 de junho de 2022, mantém a redação do art. 30 da Instrução Normativa SG-PR Nº 01, de 11 de abril de 2018, preservando-se, igualmente, o entendimento do Parecer nº 003/2018/CTEL/CGU/AGU quanto ao tema.

Nesse sentido, admite-se a continuidade de serviços de divulgação estritamente necessários à garantia de direitos dos cidadãos e o cumprimento da missão institucional da Administração, desde que: (i) não haja promoção de autoridades, agentes públicos ou governos; (ii) o conteúdo seja estritamente informativo; (iii) não ocorra alteração de padrão em relação às campanhas anteriores; e (iv) não haja incremento injustificado de gastos ou de alcance que possa caracterizar desvio de finalidade.

No caso concreto, verifica-se que:

a divulgação do Processo Seletivo constitui publicidade legal, parte de atividade essencial ao cumprimento da finalidade institucional do IFMG, viabilizando o acesso à educação pública;

trata-se de prática reiterada, realizada anualmente no mesmo período, conforme cronograma acadêmico previamente estabelecido;

as campanhas utilizam exclusivamente a identidade visual institucional, sem menção a autoridades, órgãos de governo ou qualquer elemento que possa caracterizar promoção pessoal;

os resultados apresentados indicam efetividade da estratégia, com ampliação do acesso ao certame.

Não obstante, alguns aspectos demandam cautela no período eleitoral. O impulsionamento de conteúdo pago, o uso de influenciadores digitais e a ampliação significativa do alcance das campanhas podem, em determinadas circunstâncias, ser interpretados como extrapolação do caráter meramente informativo, sobretudo se implicarem incremento relevante em relação a exercícios anteriores.

Assim, à luz da Portaria SECOM/MCOM Nº 5973, de 28 de junho de 2022, e do Parecer nº 003/2018/CTEL/CGU/AGU, conclui-se que é juridicamente possível a continuidade da divulgação do Processo Seletivo do IFMG durante o período eleitoral, desde que observadas, cumulativamente, as seguintes condicionantes:

Caráter estritamente informativo das peças publicitárias, limitando-se à divulgação de datas, regras, cursos e formas de inscrição;

Observância ao quadrinômio essencial quanto a conteúdo, forma, finalidade e utilidade, como regra de divulgação e publicação gráfica ou eletrônica, além de prévia análise de possibilidade caso a caso;

Vedação absoluta à promoção pessoal de autoridades, dirigentes ou agentes públicos, direta ou indiretamente;

*Manutenção do padrão histórico de divulgação, evitando-se incremento substancial de investimentos, alcance ou formatos que não tenham sido utilizados em anos anteriores;*  
*Justificação técnica dos gastos com impulsionamento, demonstrando sua necessidade para garantir o acesso dos interessados ao processo seletivo;*  
*Adoção de linguagem impessoal e neutra, sem elementos que possam ser interpretados como enaltecimento institucional;*  
*Preferência por canais oficiais e meios ordinários, evitando estratégias que possam caracterizar marketing institucional ampliado;*  
*Suspensão de eventuais conteúdos que extrapolem o caráter educativo ou informativo durante os três meses que antecedem o pleito, salvo prévia autorização da Justiça Eleitoral, se for o caso.*  
*Suspensão da interatividade, observando-se os termos do art. 36 e 37 da Portaria SECOM/MCOM Nº 5973, de 28 de junho de 2022.*  
*Não utilização da marca do Governo Federal, nos termos do art. 39 da Portaria SECOM/MCOM Nº 5973, de 28 de junho de 2022 e observação contida na p. 48 da Cartilha Eleitoral - Condutas Vedadas da AGU.*

*Dessa forma, recomenda-se que a área técnica competente promova a revisão das peças e estratégias de divulgação à luz das balizas acima, de modo a mitigar riscos jurídicos e assegurar conformidade com a legislação eleitoral.*

#### CONCLUSÃO

**Diante do exposto, conclui-se pela viabilidade jurídica da continuidade da divulgação do Processo Seletivo do IFMG durante o período eleitoral, por se tratar de publicidade legal, vinculada à finalidade institucional e de inequívoco interesse público, voltado a viabilizar o acesso à educação, desde que rigorosamente observadas as restrições previstas na legislação eleitoral, bem como as diretrizes fixadas pela Portaria SECOM/MCOM Nº 5973, de 28 de junho de 2022, pela Cartilha da AGU (Anexa) e pelo Parecer nº 003/2018/CTEL/CGU/AGU (anexo), especialmente quanto ao caráter estritamente informativo da publicidade, à vedação de promoção pessoal e à manutenção dos padrões ordinariamente adotados pela instituição, com as cautelas adicionais recomendadas.**

*Recomenda-se, assim, a adequação prévia das estratégias de comunicação às balizas ora delineadas, a fim de mitigar riscos jurídicos e assegurar a plena conformidade das ações institucionais com o regime jurídico eleitoral vigente.*

*É o parecer. Ao órgão consultante, para as providências decorrentes.*  
(...)

#### **PARECER Nº 00008/2026/GAB-CONJUR-SECOM-PR/CONJUR-SECOM/CGU/AGU**

NUP: 00170.000046/2026-14.

INTERESSADOS: SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA - SECOM/PR.

ASSUNTOS: CONSULTA. REALIZAÇÃO DA SEMANA BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO MIDIÁTICA (SBEM) EM ANO ELEITORAL.

**EMENTA:** Direito Eleitoral e Administrativo. **Consulta. Realização da Semana Brasileira de Educação Midiática (SBEM) em ano eleitoral. Caráter técnico, educativo e de interesse público. Continuidade administrativa e alinhamento internacional. Possibilidade de realização mediante observância de cautelas específicas, com ênfase na impessoalidade, na neutralidade e na ausência de promoção pessoal ou partidária, em conformidade com o art. 37, § 1º, da CF/88 e a legislação eleitoral vigente.**

#### Relatório

*Trata-se de consulta jurídica formulada pela Secretaria de Políticas Digitais da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, por meio do Departamento de Direitos na Rede e Educação Midiática, relativa à viabilidade legal e institucional de realização da 4ª edição da Semana Brasileira de Educação Midiática (SBEM) no ano eleitoral de 2026.*

*A SBEM é iniciativa anual, instituída em 2023, com o objetivo de promover a educação midiática em todo o território nacional, alinhada à Estratégia Brasileira de Educação Midiática (EBEM), à Política Nacional de*

*Educação Digital e à Base Nacional Comum Curricular (BNCC). Tradicionalmente, ocorre no mês de outubro, em articulação com a Global MIL Week, promovido pela UNESCO.*

*A consulta é motivada pelo fato de que a 4ª edição da SBEM está prevista para um período que coincide com o calendário eleitoral das Eleições Gerais de 2026. O órgão consulente apresenta a Nota Técnica nº 1/2026/DDEM/SPDIGI/SECOM/PR (SEI 7256440), buscando subsídio para análise de sua conformidade com a legislação eleitoral vigente, em especial no tocante às regras sobre publicidade institucional e condutas vedadas a agentes públicos.*

*É o relatório. Passa-se à análise.*

*fundamentação jurídica*

*Condutas vedadas aos agentes públicos durante o período eleitoral*

*A realização de eventos por parte da Administração Pública em ano eleitoral é atividade de risco, sujeita a um rigoroso regime de condutas vedadas, cujo objetivo último é preservar a isonomia entre os candidatos, a moralidade e a legitimidade do pleito.*

*O artigo 37, caput e § 1º, da Constituição Federal consagra os princípios da impessoalidade e da moralidade, vedando a publicidade de caráter pessoal. Vejamos:*

*"Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte: (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 19, de 1998)*

*§ 1º A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos. (grifou-se)"*

*Por conseguinte, a análise recai sobre a interpretação do disposto no art. 73, II, "b" da Lei das Eleições (Lei nº 9.504/97), que assim estabelece:*

*"Art. 73. São proibidas aos agentes públicos, servidores ou não, as seguintes condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos nos pleitos eleitorais:*

*[...]*

*VI - nos três meses que antecedem o pleito:*

*a) realizar transferência voluntária de recursos da União aos Estados e Municípios, e dos Estados aos Municípios, sob pena de nulidade de pleno direito, ressalvados os recursos destinados a cumprir obrigação formal preexistente para execução de obra ou serviço em andamento e com cronograma prefixado, e os destinados a atender situações de emergência e de calamidade pública;*

*b) com exceção da propaganda de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado, autorizar publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral;*

*c) fazer pronunciamento em cadeia de rádio e televisão, fora do horário eleitoral gratuito, salvo quando, a critério da Justiça Eleitoral, tratar-se de matéria urgente, relevante e característica das funções de governo;*

*[...]*

*§ 3º As vedações do inciso VI do caput, alíneas b e c, aplicam-se apenas aos agentes públicos das esferas administrativas cujos cargos estejam em disputa na eleição.*

*[...]*

*Art. 74. Configura abuso de autoridade, para os fins do disposto no art. 22 da Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990, a infringência do disposto no § 1º do art. 37 da Constituição Federal, ficando o responsável, se candidato, sujeito ao cancelamento do registro ou do diploma. (Redação dada pela Lei nº 12.034, de 2009) (grifamos)".*

*Em esclarecimento inicial, adianto que as condutas vedadas previstas no art. 73, II, conforme §3º do mesmo artigo, são aplicáveis esse ano, como regra, à Administração Federal. Com efeito, as eleições do corrente ano (Eleições 2026) serão realizadas para a escolha de cargos nas esferas estadual e federal. Isto é, se está diante de eleição nacional, para a escolha de cargos eletivos federais.*



*Vejamos a interpretação dada pelo Tribunal Superior Eleitoral - TSE quanto a condutas vedadas aos agentes públicos em período eleitoral:*

*“Eleições 2016 [...] Prefeito e vice-prefeito eleitos. Prática de conduta vedada e abuso do poder político. [...] 16. Configura abuso do poder político a intensificação atípica de programa de regularização fundiária nos meses anteriores ao pleito, com a realização de eventos para entrega de títulos de direito real de uso pessoalmente pelo prefeito candidato à reeleição. A quebra da rotina administrativa para que a fase mais relevante do programa social fosse realizada às vésperas do pleito, com nítida finalidade eleitoreira, somada à grande repercussão que a conduta atingiu justificam a imposição da sanção de cassação dos diplomas dos candidatos beneficiados. [...]”* ([Ac. de 23.4.2019 no AI nº 28353, rel. Min. Luís Roberto Barroso.](#))

*“[...] 2. O abuso do poder de autoridade pode se configurar, inclusive, a partir de fatos ocorridos em momento anterior ao registro de candidatura ou ao início da campanha eleitoral. Precedentes. [...] 4. É entendimento deste Tribunal Superior que o abuso de autoridade previsto no art. 74 da Lei nº 9.504, de 1997, exige a demonstração objetiva da violação ao art. 37, § 1º, da Constituição, consubstanciada em ofensa ao princípio da impessoalidade pela menção na publicidade institucional de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal ou de servidores públicos [...]”* ([Ac. de 30.9.2014 na AIJE nº 5032, rel. Min. João Otávio de Noronha.](#))

*A determinação contida na legislação eleitoral, ao definir condutas vedadas, tem o condão de manter a paridade de armas entre os postulantes de cargos nas eleições, evitando-se que os que estejam no poder se utilizem indevidamente da máquina pública para desequilibrar o processo eleitoral.*

*Assim, o norte interpretativo da atuação administrativa, sob uma ótica da legislação eleitoral, deve ser o de evitar a influência indevida no processo eleitoral, independente de uma vedação expressa de conduta específica. E essa interpretação é extraída de uma visão sistemática da legislação eleitoral, que estabelece uma vedação de caráter amplo e genérico para a administração pública e gestores (art. 237 do Código Eleitoral c/c art. 22 da LC nº 64/90).*

*As normas eleitorais, independente da correlação entre a esfera administrativa e as eleições, admitem a responsabilização de autoridade ou gestores que pratiquem “uso indevido, desvio ou abuso do poder de autoridade” em benefício de candidato ou partido político”<sup>[1]</sup>.*

*A Cartilha de Condutas Vedadas aos Agentes Públicos Federais da Advocacia-Geral da União, ao citar entendimentos do Tribunal Superior Eleitoral, ressalta que esse abuso político ou do “poder de autoridade” pode ocorrer de forma variada e abrangente:*

*“Isso significa que atos de governo, ainda que formalmente legais, podem ser entendidos como abusivos se, de algum modo, puderem ser associados com a concessão de benefício indevido a candidaturas, ou se forem praticados em desfavor da liberdade do voto.*

*O Tribunal Superior Eleitoral já assentou que “o abuso do poder de autoridade é condenável por afetar a legitimidade e normalidade dos pleitos e, também, por violar o princípio da isonomia entre os concorrentes, amplamente assegurado na Constituição da República” (AgR no RO nº 718, Relator Ministro Luiz Carlos Madeira, julgado em 24/05/2005) e que “caracteriza-se o abuso de poder quando demonstrado que o ato da Administração, aparentemente regular e benéfico à população, teve como objetivo imediato o favorecimento de algum candidato” (RESPE nº 25074, Relator Ministro Gomes de Barros, julgado em 20/09/2005). (grifamos)”.*

*Além disso, a Comissão de Ética Pública, com fundamento no art. 2º, inciso V, do Decreto de 26 de maio de 1999, adotou a resolução interpretativa do Código de Conduta da Alta Administração Federal, no que se refere à participação de autoridades públicas em eventos político-eleitorais, conforme segue:*

*“Resolução nº 7, de 14 de fevereiro de 2002*

*Art. 1º A autoridade pública vinculada ao Código de Conduta da Alta Administração Federal (CCAAF) poderá participar, na condição de cidadão-eleitor, de eventos de natureza político-eleitoral, tais como convenções e reuniões de partidos políticos, comícios e manifestações públicas autorizadas em lei.*

*Art. 2º A atividade político-eleitoral da autoridade não poderá resultar em prejuízo do exercício da função pública, nem implicar o uso de recursos, bens públicos de qualquer espécie ou de servidores a ela subordinados.*

*Art. 3º A autoridade deverá abster-se de:*

*I – se valer de viagens de trabalho para participar de eventos político-eleitorais;*

*II – expor publicamente divergências com outra autoridade administrativa federal ou criticar-lhe a honorabilidade e o desempenho funcional (artigos 11 e 12, inciso I, do CCAAF);*

*III – exercer, formal ou informalmente, função de administrador de campanha eleitoral.*

*Art. 4º Nos eventos político-eleitorais de que participar, a autoridade não poderá fazer promessa, ainda que de forma implícita, cujo cumprimento dependa do cargo público que esteja exercendo, tais como realização de obras, liberação de recursos e nomeação para cargos ou empregos.*

*Art. 5º A autoridade, a partir do momento em que manifestar de forma pública a intenção de candidatar-se a cargo eletivo, não poderá praticar ato de gestão do qual resulte privilégio para pessoa física ou entidade, pública ou privada, situada em sua base eleitoral ou de seus familiares.*

*Art. 6º Para prevenir-se de situação que possa suscitar dúvidas quanto à sua conduta ética e ao cumprimento das normas estabelecidas pelo CCAAF, a autoridade deverá consignar em agenda de trabalho de acesso público:*

*I – audiências concedidas, com informações sobre seus objetivos, participantes e resultados, as quais deverão ser registradas por servidor do órgão ou entidade por ela designado para acompanhar a reunião;*

*II – eventos político-eleitorais de que participe, informando as condições de logística e financeiras da sua participação.*

*Art. 7º Havendo possibilidade de conflito de interesse entre a atividade político-eleitoral e a função pública, a autoridade deverá abster-se de participar daquela atividade ou requerer seu afastamento do cargo.*

*Art. 8º Em caso de dúvida, a autoridade poderá consultar a Comissão de Ética Pública."*

*Em suma, as proibições contidas no art. 73, VI, da Lei das Eleições, são aplicáveis aos agentes públicos federais, por força do §3º do mesmo artigo. Assim, devem os gestores públicos adotar cuidados adicionais na sua atuação, sempre no intuito de manter equilíbrio entre os envolvidos nas eleições e evitando-se o uso do Poder Público federal em (des)favor de qualquer um dos candidatos.*

*Esse dever geral de prudência deve ser seguido pelo gestor em sua atuação durante o período eleitoral. Eventuais dúvidas específicas podem ensejar novas consultas a esta CONJUR.*

#### *Eventos Públicos e Publicidade Institucional*

*A dúvida jurídica encaminhada diretamente pela Secretaria de Políticas Digitais considera o fato de que a 4ª edição a ser realizada em 2026, está prevista para o mês de outubro, em pleno período eleitoral.*

*Sobre a realização de eventos de interesse do Governo Federal, a Secretaria de Políticas Digitais suscitou as seguintes questões na Nota Técnica (SEI 7256440):*

*"[...] considerando que a 4ª edição está prevista para o mês de outubro, em pleno período eleitoral, faz-se imprescindível a manifestação da Consultoria Jurídica quanto à viabilidade de sua realização no ano corrente, bem como às condições, limites e eventuais adequações necessárias para assegurar plena conformidade com a legislação eleitoral vigente.*

*10. Solicita-se, assim, análise jurídica quanto:*

*° À possibilidade de realização da SBEM em período eleitoral, considerando seu caráter educativo e a existência de precedentes administrativos;*

*° Às restrições aplicáveis à publicidade e à comunicação institucional durante o período eleitoral;*

*° À necessidade de eventuais ajustes no formato, no escopo ou na estratégia de comunicação das ações, de modo a mitigar riscos jurídicos."*

*A Portaria MCOM nº 5.973/2022, emitida pela Secretaria Especial de Comunicação Social (SECOM) do Ministério das Comunicações, é a mais recente legislação que estabelece regras para a publicidade e o patrocínio de órgãos e entidades do governo federal em anos eleitorais, revogando a Instrução Normativa nº 01/2018. Seu objetivo é alinhar a atuação da mídia pública aos princípios de neutralidade e imparcialidade exigidos pela Lei das Eleições (Lei nº 9.504/1997), evitando que a máquina pública seja utilizada para fins eleitorais.*

*Vale ressaltar que nova IN sobre o tema será publicada em breve, devendo o gestor ficar atento.*

*De acordo com a legislação, ficam suspensas a veiculação, exibição, exposição e distribuição de produtos ou serviços que compreendam a publicidade institucional. Segundo as diretrizes, a publicidade institucional engloba a difusão ou divulgação de informação referente a atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas e resultados que possuam caráter politicamente promocional.*

*"Art. 19. Ficam suspensas, durante o período de defeso eleitoral, a veiculação, a exibição, a exposição ou a distribuição de peças e/ou materiais de publicidade, contratados ou orgânicos, sujeitos ao controle da legislação eleitoral, mesmo que os pagamentos relacionados tenham ocorrido em exercícios anteriores ao período eleitoral.*

*Art. 20. Compreende-se como publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral, para os fins dispostos nesta Portaria, as espécies abaixo descritas:*

*I - a publicidade institucional, contratada ou orgânica;*

*II - a publicidade de utilidade pública; e*

*III - a publicidade mercadológica de produtos e serviços que não tenham concorrência no mercado."*

*A Portaria também estabelece exceções ao controle eleitoral:*

*"Art. 26. Também não estão sujeitos ao controle da legislação eleitoral:*

*I - a mera divulgação da marca do integrante do SICOM, por iniciativa de terceiros como contrapartida do patrocínio recebido;*

*II - as despesas com a manutenção de centros culturais e desportivos; e*

*III - o apoio financeiro e fomento de atividades culturais, artísticas, científicas, modalidades esportivas e atletas. (grifamos)".*

*As exceções previstas no Artigo 26 são dispositivos essenciais para equilibrar a rigidez da suspensão publicitária imposta pelo Artigo 19. Elas refletem um esforço do legislador para diferenciar entre propaganda institucional eleitoralmente sensível e ações de caráter estrutural, cultural ou de fomento que não configuram, em tese, abuso de poder político, como é o caso da Semana Brasileira de Educação Midiática.*

*Portanto, a conclusão de que é possível a realização de eventos de caráter técnico se mostra correta. A legislação, em princípio, não os veda mesmo em período eleitoral de cargos federais, quando há uma restrição maior em à Administração Pública da União.*

*A conclusão pela continuidade da realização de eventos foi abordada no PARECER n. 00001/2018/CTEL/CGU/AGU, da Comissão Temática Temporária de Direito Eleitoral - CTEL da AGU. Vejamos:*

*"É razoável que capacitações e eventos voltados à solução de demandas que envolvam os temas de interesse da Administração possam continuar a ser realizados, sob pena de prejuízo ao regular funcionamento do órgão ou entidade e injustificada descontinuidade na prestação do serviço. Tal possibilidade foi aventada pela CONJUR/MP, no corpo do citado PARECER n. 00834/2018/GCG/CGJOE/CONJUR-MP/CGU/AGU:*

*"21. Conforme já exposto acima (parágrafo 17, item 5), observadas as devidas restrições e condicionantes, a ação de promoção de evento de natureza técnico/científica não se inclui na vedação de veiculação de publicidade institucional em período eleitoral.*

*22. No caso, como se trata de uma atividade de promoção de evento técnico com público determinado e divulgação restrita, a atividade não está abrangida pela vedação legal (art. 26 da IN SECOM/PR 1/2018). Não se trata, assim, de uma ação de publicidade de 'atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados' da administração pública, mas sim de evento restrito, destinado à discussão de temas técnicos específicos de interesse da administração"*

*Observado o conteúdo técnico e o objetivo inequívoco de melhorar a prestação do serviço, tal categoria de evento é útil ao bom funcionamento da máquina pública e, por isso, a imposição de sua suspensão durante o período de defeso representaria potencial prejuízo à prestação do serviço.*

*Sobre a impossibilidade de paralisia do serviço por conta das restrições eleitorais é lapidar a lição de Luiz Carlos dos Santos Gonçalves:*

*"Não se proíbe, à evidência, a administração de permanecer em funcionamento durante o período eleitoral. A conduta irregular é o desvio de finalidade, a locação especiosa de serviços e funcionários públicos em prol de interesses eleitoreiros".  
(grifou-se)".*

*O parecer em comento fez diversas recomendações ao Poder Público com base na legislação eleitoral. As recomendações mais restritivas são aplicáveis em razão de se estar diante de eleições federais, e em atenção ao princípio da impessoalidade, a fim de evitar a interferência indevida no processo eleitoral, parecem-nos permanecer recomendáveis.*

*Nesse sentido, o conteúdo dos meios de comunicação deve restringir-se a uma abordagem estritamente informativa ou focada na prestação de serviços ao cidadão. Assim, ficam vedadas publicações que contenham nomes, números, siglas partidárias, símbolos e imagens que caracterizem promoção governamental ou pessoal de autoridades ou servidores públicos.*

*Também não deve ser publicado conteúdos com juízo de valor sobre ações, políticas públicas e programas sociais de governos. Em eventos, não deverão ser citados o nome de candidatos ou de pessoas envolvidas em eleições.*

*Nas redes sociais, as postagens também deverão ater-se a um conteúdo essencialmente informativo. No período eleitoral é vedada a inclusão de posts nos perfis dos órgãos em redes sociais, vinculados à publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral. Os conteúdos das postagens deverão restringir-se à prestação de serviços ao cidadão, com caráter educativo, informativo ou de orientação social.*

*Art. 33. Poderão ser divulgadas ou exibidas postagens nos perfis em redes sociais dos órgãos e entidades integrantes do SICOM, durante o período de defeso eleitoral, desde que estas não se enquadrem nas limitações impostas à publicidade sujeita ao controle da legislação eleitoral.*

*Por conseguinte, conforme a Cartilha da AGU (2024, p. 11), as condutas vedadas configuram-se com a mera prática dos atos, dispensada a comprovação de dolo, culpa ou potencialidade lesiva, caracterizando-se como cláusulas de responsabilidade objetiva.*

*Conforme destacado na Cartilha (2024, p. 26), a Lei nº 9.504/97 não veda, a priori, a realização de eventos durante o período de defeso eleitoral. Entretanto, a licitude está condicionada ao estrito cumprimento de uma série de salvaguardas para evitar o favorecimento de candidaturas ou a promoção pessoal de agentes públicos.*

*Considerando a sua observância no trato com a imprensa e na divulgação das ações institucionais do órgão e adaptando-se à realidade de ano de eleições federais, entendemos por recomendável que deve-se: i) evitar qualquer tipo de comparação entre governos/gestões diferentes; ii) utilizar linguagem neutra e objetiva; iii) evitar a utilização de juízos de valor e adjetivações.*

#### *Viabilidade e Condicionantes para Realização da SBEM*

*Conforme demonstrado na Nota Técnica presente nos autos, a Semana Brasileira de Educação Midiática apresenta características que a distinguem de uma mera ação de publicidade institucional ou evento político. Os registros das edições anteriores apresentados no presente processo não evidenciam personalização, promoção de autoridades ou associação a agendas político-partidárias.*

*Em primeiro lugar, seu escopo é fomentar o pensamento crítico, a cidadania digital e o uso responsável da informação, temas de relevante interesse público e alinhados a compromissos internacionais (UNESCO). Além disso, trata-se de iniciativa recorrente (desde 2023), com data fixa (outubro) vinculada a calendário internacional (Global MIL Week), evidenciando continuidade administrativa e ausência de criação ou intensificação em razão do contexto eleitoral.*

*Sendo assim, a SBEM estrutura-se a partir de ações descentralizadas e colaborativas, com protagonismo de redes de ensino, universidades e sociedade civil. A atuação da administração federal limita-se à coordenação geral e à mobilização, com foco em formatos técnico-pedagógicos (oficinas, seminários, webinários).*

*Tais características enquadram a SBEM na categoria de ação de Estado de caráter permanente, técnico e educativo, o que, em princípio, a afasta da definição estrita de "propaganda institucional de atos, programas, obras, serviços e campanhas" sujeita à vedação do art. 73, VI, "b", da Lei das Eleições, especialmente quando realizada com as cautelas devidas.*

*Com base nos fundamentos expostos e na orientação do Parecer 00001/2018, conclui-se que é juridicamente viável a realização da 4ª edição da SBEM em outubro de 2026, desde que observadas rigorosamente as seguintes condicionantes e cautelas.*

*a) Quanto ao conteúdo e formato das atividades:*

*Todas as atividades, materiais e comunicações devem manter caráter estritamente educativo, informativo e técnico. Deve-se evitar absolutamente a abordagem de temas que possam ser associados a plataformas político-partidárias, críticas ou elogios a gestões, ou qualquer conteúdo que discuta, mesmo indiretamente, o processo eleitoral em curso.*

*A escolha de palestrantes, moderadores e parceiros deve ser técnica e objetiva, devendo ser evitado o convite a agentes políticos, candidatos, pré-candidatos ou pessoas notoriamente envolvidas com campanhas eleitorais.*

*b) Quanto à publicidade e comunicação institucional:*

*A divulgação da SBEM, em qualquer meio (site, redes sociais, releases, convites), deve utilizar linguagem neutra, objetiva e impessoal. É vedada a veiculação de nomes, símbolos, imagens ou quaisquer elementos que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos, em estrita observância ao art. 37, § 1º, da CF/88.*

*As peças de comunicação devem destacar o caráter educativo, a continuidade da iniciativa e seu alinhamento à política de Estado e ao calendário internacional, reforçando seu aspecto técnico e despolitizado.*

*Recomenda-se maior parcimônia na intensidade da divulgação, principalmente nos 15 (quinze) dias que antecedem cada turno das eleições.*

*c) Quanto à execução e participação de agentes públicos:*

*Autoridades e servidores públicos envolvidos na organização devem abster-se de qualquer manifestação de cunho político ou pessoal durante os eventos.*

*Além disso, o artigo 29, da Portaria MCOM nº 5.973/2022 estabelece uma exceção fundamental à suspensão publicitária do Artigo 19, ao permitir que os órgãos do SICOM veiculem conteúdos noticiosos durante o período de defeso eleitoral, desde que observados os limites da informação jornalística, com vistas a dar conhecimento ao público das ações de governo, sem menção a circunstâncias eleitorais, evitando-se nomes de agentes públicos.*

*Por sua vez, o artigo 31 permite a entrevista de autoridades do SICOM durante o período de defeso eleitoral, sob condições restritivas, com vistas a dar conhecimento ao público de determinada atividade de governo, desde que observe os limites da informação jornalística, sem que haja conotação política ou ideológica, promoção pessoal ou referência às eleições.*

*Deve ser respeitado, ainda, o disposto na Resolução nº 07/2002 da Comissão de Ética Pública, que regula a participação de altas autoridades em atividades político-eleitorais, assegurando a separação entre a função pública e eventuais atividades político-partidárias privadas.*

*d) Quanto ao Registro e Transparência:*

*A coordenação da SBEM deve manter registro documental que comprove a natureza técnica das atividades, a impessoalidade da comunicação e a observância das cautelas aqui recomendadas, para eventual demonstração de regularidade perante os órgãos de controle.*

*Guardadas as devidas adaptações, mantém-se recomendável que:*

*o convite para a participação no evento explicita de modo claro e preciso o conteúdo e a finalidade estritamente técnica do evento;*

*os eventuais palestrantes, moderadores e demais participantes do evento sejam escolhidos de modo criterioso e objetivo, evitando-se o convite de qualquer pessoa que possa ter interesse imediato no resultado das eleições (agentes políticos, candidatos, membros de comitês eleitorais, pessoas diretamente envolvidas com a campanha eleitoral, etc.);*

*evite-se a abordagem de qualquer tema ou assunto relacionado direta ou indiretamente com as eleições, para evitar a caracterização de exercício indevido de influência na vontade do eleitor.*

*Em síntese, a realização da SBEM em 2026 é compatível com a legislação eleitoral, pois se trata de ação de interesse público, de caráter técnico-educativo e com continuidade administrativa, que não se confunde com propaganda institucional eleitoralmente vedada. A mera coincidência de datas com o período eleitoral não a torna ilegítima, desde que executada com os devidos cuidados para evitar qualquer aparência de abuso de poder ou influência no pleito.*

*conclusão*

*Ante o exposto, conclui-se pela viabilidade jurídica de realização da 4ª Semana Brasileira de Educação Midiática (SBEM) em outubro de 2026, condicionada ao estrito e integral cumprimento das cautelas e condicionantes detalhadas no item 2.5 da presente análise.*

*Recomenda-se, especificamente, à Secretaria de Políticas Digitais:*

*Elaborar um Plano de Execução e Comunicação para a SBEM 2026 que incorpore expressamente todas as diretrizes de neutralidade, impessoalidade e caráter técnico aqui estabelecidas.*

*Orientar formalmente todos os servidores e parceiros envolvidos sobre as restrições aplicáveis durante o período eleitoral, com ênfase na vedação à promoção pessoal e na necessidade de neutralidade.*

*Manter arquivo organizado de toda a comunicação e documentação relacionada à edição de 2026, para fins de comprovação da regularidade da conduta, se necessário.*

*Em caso de dúvidas ou questionamentos, consultar a CONJUR/SECOM/PR para orientação específica.*

*É o parecer.*

*(...)"*

## 21. **Ou seja, ordinariamente, a Administração Pública deve observar a Constituição:**

*"Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte: (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 19, de 1998)*

*§ 1º A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos. (grifou-se)"*

22. No período eleitoral, a diretriz legal é ainda mais restritiva, nos termos da Lei nº 9.504/97, **fica temporariamente proibida a publicidade institucional durante o período eleitoral**, tendo em vista a necessidade de se prevenir o risco de utilização das ações de comunicação social da máquina pública em favor de candidatos, partidos ou coligações, especialmente aqueles que já ocupam cargos eletivos, assim como seus aliados, em desrespeito ao princípio da igualdade. Cite-se:

*Art. 73. São proibidas aos agentes públicos, servidores ou não, as seguintes condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos nos pleitos eleitorais:*

*(...)*

*VI - nos três meses que antecedem o pleito:*

*(...)*



*b) com exceção da propaganda de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado, autorizar publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral;*

23. **No passado**, a publicidade institucional foi considerada lesiva ao pleito eleitoral **por presunção legal**. O critério de aplicação é temporal e objetivo, conforme jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral:

*Propaganda institucional. Período vedado. Art. 73, VI, b, Lei nº 9.504/97. Multa. Intuito eleitoreiro. Desnecessidade. (...) 1. A Corte Regional constatou a ocorrência de veiculação de publicidade institucional em período vedado, o que afeta, por presunção legal, a igualdade de oportunidades entre os candidatos nos pleitos eleitorais. É desnecessária a verificação de intuito eleitoreiro. (...) (AgR-AI nº 71990/MS, Rel. Min. Marcelo Ribeiro, DJe de 22/08/2011, p. 18).*

*Representação. Publicidade Institucional em período vedado. Para que seja reconhecida a exceção prevista no art. 73, VI, b, da Lei das Eleições, a circunstância de grave e urgente necessidade pública deve ser previamente reconhecida pela Justiça Eleitoral. (AgR-REsp nº 781985, Rel. Min. Arnaldo Versiani, DJe de 07/10/2011, Tomo 193, p. 56).*

24. Sem embargo, conforme o r. PARECER n. 00003/2018/CTEL/CGU/AGU - NUP: 03000.001437/2018-96, **no âmbito do Poder Executivo Federal, a SECOM/PR estabeleceu na Instrução Normativa nº 01/2018**, as exceções de ordem prática às restrições legais do art. 73, VI, b da Lei nº 9.504/97, cite-se:

- 1. publicidade legal, que tem por objetivo divulgar atos oficiais ou de caráter meramente administrativo (normas, decisões, atas, editais, avisos, balanços, etc.), atos esses que possuem efeitos jurídicos potenciais sobre os cidadãos - cidadãos que, por presunção legal, devem necessariamente tomar conhecimento desses mesmos atos (arts. 3, V, e 22, caput, inciso I, e parágrafo único, da IN SECOM/PR 1/2018)[10];*
- 2. publicidade de utilidade pública reconhecida como de grave e urgente necessidade pública pela Justiça Eleitoral (art. 73, VI, "b", da Lei 9.504/1997; e arts. 3, III, e 22, II, da IN SECOM/PR 1/2018);*
- 3. publicidade mercadológica de produtos e serviços com concorrência no mercado (art. 73, VI, "b", da Lei 9.504/1997; e arts. 3, IV, e 22, III, da IN SECOM/PR 1/2018);*
- 4. publicidade destinada a público constituído de estrangeiros, realizada no país ou no exterior (art. 22, IV, da IN SECOM/PR 1/2018)[11];*
- 5. ações de promoção e patrocínio de atividades e eventos culturais, esportivos e científicos, sendo o material publicitário de divulgação sujeito, porém, ao controle da legislação eleitoral (arts. 3, VII e VIII, 26, 27 e 28 da IN SECOM/PR 1/2018)[12];*
- 6. ações específicas de relacionamento com a imprensa, por meio da disponibilização, inclusive em áreas de livre acesso de propriedades digitais, de releases ("Notas para a Imprensa") contendo um relato mínimo, neutro e objetivo de determinado ato ou atividade da administração que seja de interesse público (arts. 3, IX, e 29 da IN SECOM/PR 1/2018); e*
- 7. entrevistas com representantes das unidades de comunicação social dos órgãos e entidades da administração pública de conteúdo meramente informativo (art. 32 da IN SECOM/PR 1/2018).*

25. Trazidos esses precedentes administrativos encontrados no sistema SAPIENS da AGU como referência de como aplicar a legislação eleitoral e a "CARTILHA ELEITORAL - CONDUTAS VEDADAS AOS AGENTES PÚBLICOS FEDERAIS NAS ELEIÇÕES DE 2026", que acompanha a r. Consulta, passa-se aos questionamentos formulados.

26. **Primeira questão:** "Arquivamento/Ocultação: Há a obrigatoriedade de ocultar ou arquivar todas as publicações pretéritas que contenham a marca do Governo Federal ou citações a autoridades, tanto no perfil institucional do Instagram quanto no portal (site) do IFC?" - Dado que se **desconhece metodologia jurídica que permita predição de como os Órgãos de Controle apreciarão** atos administrativos futuros (ou mesmo já praticados, como publicações pretéritas, visto que a permanente disponibilização desse material lhe dá atualidade, sem que se possa antecipar como serão avaliados), sem conteúdo e forma hoje sabidos, sob o prisma da legislação eleitoral, bem como as severas restrições da legislação eleitoral, **recomenda-se que sejam ocultadas durante o período eleitoral toda e qualquer publicidade institucional, como medida de atendimento da legislação eleitoral e prevenção de riscos jurídicos ao interesse e patrimônio públicos, promovendo a segurança jurídica do pleito e dos agentes públicos.**

27. A exceção, **passível de referência em abstrato**, que parece aplicável ao IFC, aproveitando rol veiculado no r. PARECER n. 00003/2018/CTEL/CGU/AGU - NUP: 03000.001437/2018-96, **que citou a SECOM/PR com a sua Instrução**

**Normativa nº 01/2018**, em atenção às restrições legais do art. 73, VI, *b* da Lei nº 9.504/97:

"(...)

*1. publicidade legal, que tem por objetivo divulgar atos oficiais ou de caráter meramente administrativo (normas, decisões, atas, editais, avisos, balanços, etc.), atos esses que possuem efeitos jurídicos potenciais sobre os cidadãos - cidadãos que, por presunção legal, devem necessariamente tomar conhecimento desses mesmos atos (arts. 3, V, e 22, caput, inciso I, e parágrafo único, da IN SECOM/PR 1/2018);*

(...)

28. **Segunda questão:** “*Manutenção do Site: Quais tipos de publicações (notícias, editais, comunicados) são permitidos de forma contínua durante o período de defeso sem que caracterize publicidade institucional vedada?*” - **Em linha com a resposta à primeira questão, a publicidade institucional está vedada.** A exceção, trazida do r. PARECER n. 00003/2018/CTEL/CGU/AGU - NUP: 03000.001437/2018-96, **é a publicidade legal:** normas, decisões, atas, editais, avisos, balanços, etc.

29. **Terceira questão:** “*Qual a orientação para a gestão de comentários em redes sociais? Recomenda-se a desativação total ou a moderação rigorosa para evitar propaganda eleitoral por terceiros?*” - **Com o devido respeito a entendimento diverso**, promove-se maior segurança jurídica à Instituição, aos Gestores e demais agentes públicos a **desativação total dos “comentários”, inclusive, ocultação dos feitos antes da período de defeso eleitoral**, posto que a permanência poderá ser entendida como manifestação atual.

30. **Quarta questão:** “*Vídeos e Peças de Comunicação: É permitida a participação de gestores (Reitor, Pró-Reitores, Diretores) e membros da comunidade interna em vídeos informativos, podcasts ou peças de feed, desde que restritos ao caráter técnico e educativo da ação? Quais são os limites para evitar a caracterização de “promoção pessoal”?*” - Em linha com as respostas anteriores, o descrito nesse questionamento, **com o devido respeito a entendimento diverso, parece publicidade institucional e não** publicidade legal, portanto, por segurança jurídica e forte na fundamentação e precedentes, **deve ser considerada vedada.**

31. **Quinta questão:** “*Uso da Marca do Governo Federal: Durante os três meses que antecedem o pleito, a recomendação é a utilização exclusiva da marca do IFC, suspendendo qualquer aplicação da logomarca do Governo Federal em novas peças e nos canais digitais?*” - Em linha com as respostas anteriores, fundamentação deste opinativo e precedentes administrativos trazidos, **buscando mitigação de riscos jurídicos, com o devido respeito a entendimento diverso, recomenda-se** que não se empregue marcas ou slogans ou sejam citados nomes de quaisquer autoridades, visto que a exceção que parece aplicável ao IFC, nos termos do r. PARECER n. 00003/2018/CTEL/CGU/AGU - NUP: 03000.001437/2018-96, no âmbito do Poder Executivo Federal, e o estabelecido pela SECOM/PR na Instrução Normativa nº 01/2018 é somente a inevitável e necessária publicidade legal.

32. **Sexta questão:** “*Exposição de Marcas Externas: Em eventos como a MICTI, como deve ser tratada a exposição de marcas de patrocinadores e apoiadores nas redes sociais do Instituto, considerando a limitação da publicidade institucional no período? Certos de vossa atenção, aguardamos as orientações para que possamos instruir adequadamente as equipes de comunicação de todos os nossos campi*” - **Com o devido respeito a entendimento diverso, a publicidade institucional não está limitada, somente. Ela está vedada.** Nos termos do r. PARECER n. 00003/2018/CTEL/CGU/AGU - NUP: 03000.001437/2018-96, no âmbito do Poder Executivo Federal, e do estabelecido pela SECOM/PR na Instrução Normativa nº 01/2018, **é somente admissível a publicidade legal.**

33. Em anexo, cópia do r. PARECER n. 00003/2018/CTEL/CGU/AGU - NUP: 03000.001437/2018-96.

## CONCLUSÃO

34. **As respostas aos questionamentos trazidos pela r. Consulta foram especificamente apresentadas nos parágrafos 26 a 33 deste opinativo jurídico, com o devido respeito a entendimento diverso.** Como já averbado, não se conhece metodologia jurídica apta a predizer a apreciação que os Órgãos de Controle farão acerca dos atos administrativos que serão praticados durante o período eleitoral (ou que foram praticados antes mas permaneceram em divulgação atual), **adotando-se**, em vista dos riscos jurídicos potenciais, critério de exame/resposta dos questionamentos de **mitigação, tanto quanto possível, de riscos jurídicos** ao interesse e patrimônio públicos, à legislação eleitoral e aos Gestores e demais agentes públicos.

35. **Recomenda-se** a leitura e aplicação tanto da Constituição, da legislação eleitoral, da “**CARTILHA ELEITORAL - CONDUTAS VEDADAS AOS AGENTES PÚBLICOS FEDERAIS NAS ELEIÇÕES DE 2026**” e do r.



PARECER n. 00003/2018/CTEL/CGU/AGU - NUP: 03000.001437/2018-96 (cópia em anexo).

36. As orientações emanadas deste parecer jurídico constituem recomendações, posto que pareceres jurídicos tem natureza de opinião técnica jurídica, apenas. Caso o Gestor, individual ou coletiva, entenda de forma diversa, **recomenda-se** a aplicação do artigo 50, inciso VII, da Lei nº 9.784/1999:

"(...)

*Art. 50. Os atos administrativos deverão ser motivados, com indicação dos fatos e dos fundamentos jurídicos, quando:*

*I - neguem, limitem ou afetem direitos ou interesses;*

*II - imponham ou agravem deveres, encargos ou sanções;*

*III - decidam processos administrativos de concurso ou seleção pública;*

*IV - dispensem ou declarem a inexigibilidade de processo licitatório;*

*V - decidam recursos administrativos;*

*VI - decorram de reexame de ofício;*

*VII - deixem de aplicar jurisprudência firmada sobre a questão ou discrepem de pareceres, laudos, propostas e relatórios oficiais;*

*VIII - importem anulação, revogação, suspensão ou convalidação de ato administrativo.*

*§ 1º A motivação deve ser explícita, clara e congruente, podendo consistir em declaração de concordância com fundamentos de anteriores pareceres, informações, decisões ou propostas, que, neste caso, serão parte integrante do ato.*

*§ 2º Na solução de vários assuntos da mesma natureza, pode ser utilizado meio mecânico que reproduza os fundamentos das decisões, desde que não prejudique direito ou garantia dos interessados.*

*§ 3º A motivação das decisões de órgãos colegiados e comissões ou de decisões orais constará da respectiva ata ou de termo escrito.*

*(...)"*

37. Não tendo competência de gestão ou fiscalizatória, é ilegal a assessoria jurídica ferir o mérito administrativo, usurpando a competência de gestão e substituindo o critério do gestor na prática de atos administrativos, ainda que a pretexto de revisão. Obviamente, se for suscitada dúvida jurídica, o Gestor, querendo, poderá remeter o feito administrativo para nova análise jurídica, delimitando especificamente aquilo reputado duvidoso do ponto de vista jurídico para obter subsídios para o seu processo decisório.

38. Nesse sentido seguem a Boa Prática Consultiva nº 5 e a nº 7 da Advocacia-Geral da União (AGU):

***BPC nº 5 Enunciado***

***"Ao Órgão Consultivo que em caso concreto haja exteriorizado juízo conclusivo de aprovação de minuta de edital ou contrato e tenha sugerido as alterações necessárias, não incumbe pronunciamento subsequente de verificação do cumprimento das recomendações consignadas".***

***BPC nº 7 Enunciado***

***"A manifestação consultiva que adentrar questão jurídica com potencial de significativo reflexo em aspecto técnico deve conter justificativa da necessidade de fazê-lo, evitando-se posicionamentos conclusivos sobre temas não jurídicos, tais como os técnicos, administrativos ou de conveniência ou oportunidade, podendo-se, porém, sobre estes emitir opinião ou formular recomendações, desde que enfatizando o caráter discricionário de seu acatamento."***

39. É o parecer, salvo melhor juízo dos que melhor entenderem.

40. Registrado eletronicamente no SAPIENS/AGU - instrução residente no sistema SIPAC - IFC.

Blumenau, 28 de abril de 2026.

André Oliveira

Procurador Federal  
Procuradoria Federal junto ao IFC

Atenção, a consulta ao processo eletrônico está disponível em <https://supersapiens.agu.gov.br> mediante o fornecimento do Número Único de Protocolo (NUP) 23348001842202609 e da chave de acesso 6393b841



Documento assinado eletronicamente por ANDRÉ LUIS CONTREIRA DE OLIVEIRA, com certificado A1 institucional (\*.AGU.GOV.BR), de acordo com os normativos legais aplicáveis. A conferência da autenticidade do documento está disponível com o código 3189837878 e chave de acesso 6393b841 no endereço eletrônico <https://supersapiens.agu.gov.br>. Informações adicionais: Signatário (a): ANDRÉ LUIS CONTREIRA DE OLIVEIRA, com certificado A1 institucional (\*.AGU.GOV.BR). Data e Hora: 28-04-2026 18:53. Número de Série: 65635031372271175007508848075. Emissor: Autoridade Certificadora do SERPRO Final SSL.