



ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO
CONSULTORIA-GERAL DA UNIÃO
CONSULTORIA JURÍDICA JUNTO AO MINISTÉRIO DA CULTURA
GABINETE

NOTA Nº 00121/2026/CONJUR-MINC/CGU/AGU

NUP: 01400.016505/2026-93

INTERESSADOS: ASCOM - ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

ASSUNTOS: DEFESO ELEITORAL

1. Por meio do Ofício nº 124/2026/ASCOM/MinC (SEI 2960463), de 22 de junho de 2026, a Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Cultura – ASCOM/MinC solicita orientação jurídica a esta Consultoria Jurídica quanto aos procedimentos adequados para manutenção, atualização e disponibilização de marcas e identidades visuais de programas, projetos e ações do Ministério da Cultura durante o período de defeso eleitoral das eleições gerais de 2026.

2. Em síntese, a ASCOM informa que, para algumas marcas, optou pela redução à versão monocromática ou à supressão de símbolos e cores; para outras, questiona se a identidade visual atual, por não fazer referência direta à identidade visual desta gestão governamental, pode ser mantida durante o período de vedação.

3. A presente análise se dá com fundamento no art. 131 da Constituição Federal e no art. 11 da Lei Complementar nº 73/1993, subtraindo-se do âmbito de competência deste órgão as análises que importem em considerações de ordem técnica, operacional ou comunicacional.

4. Antes de adentrar nas questões específicas, registre-se que qualquer ação realizada em ano eleitoral deve observar a Lei nº 9.504/1997 (Lei das Eleições), a Resolução TSE nº 23.735/2024 (com a redação conferida pela Resolução nº 23.757/2026) e as orientações da Advocacia-Geral da União reunidas na Cartilha "Condutas Vedadas aos Agentes Públicos Federais em Eleições" (11ª edição, 2026).

5. A conduta vedada central é aquela prevista no art. 73, inciso VI, alínea "b", da Lei nº 9.504/1997, que proíbe, nos três meses que antecedem a eleição:

Lei nº 9.504/1997

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 3 (três) meses que antecedem a eleição até a sua realização: (...)

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

6. O período de vedação, conforme a Cartilha da AGU (p. 41), é de **4 de julho de 2026** até a realização das eleições.

7. A Resolução TSE nº 23.735/2024, com a redação da Resolução nº 23.757/2026, introduziu parâmetros essenciais ao tema ora consultado:

Resolução TSE nº 23.735/2024 (redação da Resolução nº 23.757/2026)

Art. 15

(..)

§ 2º A publicidade institucional vedada pela alínea "b" do inciso VI deste artigo é **comprovada pela 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.**

§ 3º Nos três meses antes do pleito, as(os) agentes públicos devem adotar as providências necessárias para **adequar o conteúdo dos sítios, canais e demais meios de informação oficial** ao disposto no § 2º deste artigo, ainda que a divulgação tenha sido autorizada em momento anterior.

§ 4º Se observado o disposto nos §§ 2º e 3º deste artigo, não configura publicidade institucional vedada a manutenção de sítios e páginas de internet para estrito cumprimento, pelos responsáveis, do previsto no art. 48-A da Lei Complementar nº 101/2000, nos arts. 8º e 10 da Lei nº 12.527/2011 e no § 2º do art. 29 da Lei nº 14.129/2021.

8. Assim, tem-se que o critério consolidado para aferir a utilização de marcas em período eleitoral é o da associação com a gestão atual, ou seja, o que se veda é a divulgação de sinais distintivos que possam exaltar ações específicas

do governo ou da gestão vigente perante o público em geral.

9. Nesse sentido, o Parecer n.º 003/2018/CTEL/CGU/AGU, ao tratar de marcas de programas e ações em aplicativos e sistemas, assentou que sinais distintivos que *"não possuem o efeito de exaltar ações específicas do governo/gestão atual ou de governos/gestões anteriores"* e que *"não possuem, em tese, qualquer apelo publicitário capaz de exaltar diretamente o governo federal"* não estão sujeitos à vedação de divulgação da marca governamental. No mesmo sentido, a Cartilha de Condutas Vedadas (AGU, 2026) confirma que *"a proibição de divulgação da marca do Governo Federal, contida na lei, não abrange as marcas, ícones e demais sinais distintivos de aplicativos e sistemas de gestão operacional"*, ao mesmo tempo que reitera que *"resta vedada a divulgação de qualquer outro sinal distintivo de ações do Governo Federal que possam ser exaltadas perante o público em geral"*.

10. Ressalva-se, contudo, que ícones e sinais distintivos de sistemas de gestão operacional que não possuam apelo publicitário de exaltação da gestão – como os citados SEI, SICONV, SIGEPE – em regra não configuram publicidade institucional vedada.

11. Fixados os parâmetros jurídicos, registra-se que a análise estética concreta das peças comunicacionais transcende o âmbito do assessoramento jurídico, cabendo à ASCOM/MinC e, em casos de dúvida, à SECOM/PR, a verificação técnica de adequação de cada item, conforme recomenda a Cartilha da AGU (p. 104).

12. No entanto, considerando as próprias considerações realizadas pela área técnica, essa CONJUR se pronunciará a respeito dos itens específicos, ressaltando que não substitui a avaliação da própria ASCOM a respeito da possível associação da marca à gestão e nem da SECOM, no que se refere a sua competência.

13. **Item 1 – Lei Rouanet.** A ASCOM informa que a marca não faz referência direta à identidade visual do Governo Federal nesta gestão e propõe manutenção em versão monocromática. Do ponto de vista jurídico, a versão monocromática é admissível, pois atende à ausência de elementos que permitam identificar autoridades, a gestão atual ou slogans governamentais, nos termos do art. 15, § 2º, da Resolução TSE nº 23.735/2024.

14. **Item 2 – Política Nacional Aldir Blanc de Fomento à Cultura.** A ASCOM optou por manter exclusivamente o texto "Política Nacional Aldir Blanc de Fomento à Cultura" em fonte rawline, sem símbolo ou cores. Esta solução é juridicamente adequada, pois o texto puro que identifica o nome legal do programa não constitui sinal distintivo da gestão vigente. A opção pela marca provisória exclusivamente textual, sem elementos cromáticos ou gráficos associativos à gestão atual, alinha-se aos parâmetros do art. 15, § 2º, da Resolução TSE nº 23.735/2024.

15. **Item 3 – Lei Paulo Gustavo.** A versão em escala de cinza, à traço, com aplicação positiva e negativa, é compatível com o período de vedação uma vez que não contem elementos que remetam à identidade visual da gestão atual.

16. **Item 4 – Programa Nacional dos Comitês de Cultura.** A manutenção exclusiva do nome do programa em fonte rawline, sem símbolo ou cores, é juridicamente adequada para o período de defeso, pelos fundamentos já expostos.

17. **Item 5 – Agentes Territoriais de Cultura (Selo "Eu sou Agente Territorial de Cultura").** O selo em questão é um desdobramento da marca do programa. Sua utilização durante o período de vedação depende da verificação concreta a ser realizada pela ASCOM e em última análise pela SECOM - se o selo contém elementos visuais que remetam à identidade visual do Governo Federal ou da gestão atual, deve ser suspenso ou substituído por versão desprovida de tais referências. Como dito anteriormente, não cabe a essa Consultoria análise em concreto desse ponto, sendo imperioso submeter, em caso de dúvida, o material à SECOM/PR.

18. **Item 6 – Tela Brasil.** Mais uma vez salienta-se que não é papel desse Consultivo a análise do material gráfico em si, cabe à ASCOM, em conjunto com a SECOM/PR decidir sobre a possibilidade de associar-se à a identidade visual à atual gestão. Porém, atendendo ao enunciado BPC nº7^[1], e ressaltando o caráter estritamente opinativo e não conclusivo, nos parece que a identidade visual apresentada não possui elementos associáveis à atual gestão.

19. **Item 7 – Escola Solano Trindade de Cultura e Economia Criativa (Escult).** A ASCOM informa que a identidade visual da Escult não foi desenvolvida pela própria ASCOM/MinC. Esta circunstância é juridicamente irrelevante para fins de incidência das vedações eleitorais, sendo que o que deve ser avaliado é a existência de elementos que permitam identificar autoridades, governos ou administrações cujos cargos estejam em disputa. Conforme já pontuado, não é papel desse Consultivo a análise do material gráfico em si, porém com viés exclusivamente opinativo e não conclusivo, nos parece que a identidade visual aplicada muito se assemelha à atual logo do governo.

20. **8. Portal Filme Cultura - Devem ser lidas as considerações em relação ao Tela Brasil.**

21. **9. Ano Brasil-China:** Ressalto mais uma vez o caráter técnico da questão. Porém considerando o que consta no Material de apresentação do processo criativo, nos parece que as cores não possuem associação direta com a gestão, resalto o caráter opinativo e não conclusivo do juízo aqui realizado:

Além de termos as cores tradicionais que simbolizam o Brasil (amarelo, verde e azul), temos o vermelho, o amarelo e o verde sendo cores importantes na cultura chinesa. O vermelho simboliza sorte, felicidade, alegria e celebração; o amarelo riqueza, prosperidade e poder e o verde vida, natureza e harmonia. São cores que simbolizam bons votos.

22. **10. Programa Territórios da Cultura, MOVCEU, CEU das Artes e Ceus da Cultura -** Nesse ponto reafirmo as observações realizadas no item 17. Numa análise meramente opinativa e desprovida de caráter conclusivo, nos parece que os elementos visuais não podem ser associados diretamente à gestão, porém recomenda-se solicitar avaliação conclusiva da SECOM, órgão competente.

23. Por fim, a versão encaminhada do "Esboço de ofício", atende às normas e orientações para o período de defeso eleitoral.

À consideração superior.

Brasília, 24 de junho de 2026.

ADRIELE MATOS DE SANTANA SANTOS

Advogada da União

Consultora Jurídica Adjunta

Atenção, a consulta ao processo eletrônico está disponível em <https://supersapiens.agu.gov.br> mediante o fornecimento do Número Único de Protocolo (NUP) 01400016505202693 e da chave de acesso c9f8db19

Notas:

1. 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.



Documento assinado eletronicamente por ADRIELE MATOS DE SANTANA SANTOS, 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 3266721382 e chave de acesso c9f8db19 no endereço eletrônico <https://supersapiens.agu.gov.br>. Informações adicionais: Signatário (a): ADRIELE MATOS DE SANTANA SANTOS, com certificado A1 institucional (*.AGU.GOV.BR). Data e Hora: 24-06-2026 16:35. Número de Série: 65635031372271175007508848075. Emissor: Autoridade Certificadora do SERPRO Final SSL.



ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO
CONSULTORIA-GERAL DA UNIÃO
CONSULTORIA JURÍDICA JUNTO AO MINISTÉRIO DA CULTURA
GABINETE

DESPACHO DE APROVAÇÃO Nº. 00274/2026/CONJUR-MINC/CGU/AGU

NUP: 01400.016505/2026-93

INTERESSADOS: ASCOM - ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

ASSUNTOS: ATOS ADMINISTRATIVOS

1. De acordo com a NOTA Nº 00121/2026/CONJUR-MINC/CGU/AGU.
2. Encaminhem-se à ASCOM/MinC.
3. Ciência à SEFIC/MinC.

Brasília, 24 de junho de 2026.

KIZZY COLLARES ANTUNES
Advogada da União
CONSULTORA JURÍDICA JUNTO AO MINISTÉRIO DA CULTURA

Atenção, a consulta ao processo eletrônico está disponível em <https://supersapiens.agu.gov.br> mediante o fornecimento do Número Único de Protocolo (NUP) 01400016505202693 e da chave de acesso c9f8db19



Documento assinado eletronicamente por KIZZY COLLARES ANTUNES, 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 3267120345 e chave de acesso c9f8db19 no endereço eletrônico <https://supersapiens.agu.gov.br>. Informações adicionais: Signatário (a): KIZZY COLLARES ANTUNES, com certificado A1 institucional (*.AGU.GOV.BR). Data e Hora: 24-06-2026 21:10. Número de Série: 65635031372271175007508848075. Emissor: Autoridade Certificadora do SERPRO Final SSL.