



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

PARECER Nº 00129/2026/CONJUR-MINC/CGU/AGU

NUP: 01400.010381/2026-32

INTERESSADOS: COORDENAÇÃO GERAL DE AVALIAÇÃO DE POLÍTICAS CULTURAIS CGAPC/MINC

ASSUNTOS: ATOS ADMINISTRATIVOS

EMENTA: I. Direito Eleitoral. Direito Administrativo. Publicações do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC) — Boletim SNIIC Monitora, Boletim SNIIC Avalia, Boletim SNIIC Pesquisa e Cultura em Números. Período de defeso eleitoral. Lei nº 9.504/1997. Resolução TSE nº 23.735/2024, com redação dada pela Resolução nº 23.757/2026. Portaria SECOM/MCOM nº 5.973/2022. Cartilha de Condutas Vedadas da AGU 2026.

I. RELATÓRIO

1. A Subsecretaria de Gestão Estratégica do Ministério da Cultura, por meio da Nota Técnica nº 5/2026/CGAPC/SGE/SE/MINC (SEI nº 2856131), formulou consulta a esta Consultoria Jurídica acerca da compatibilidade, com as vedações eleitorais incidentes no ano de 2026, das publicações do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC) — Boletim SNIIC Monitora (SEI nº 2856752), Boletim SNIIC Avalia (SEI nº 2856756), Boletim SNIIC Pesquisa e Cultura em Números, no âmbito da agenda de monitoramento e avaliação de políticas culturais do Ministério da Cultura.

2. A consulta abrange questionamentos específicos quanto a: (a) possibilidade de publicação de cada boletim durante o defeso eleitoral; (b) uso de identidades visuais das políticas culturais nas publicações; (c) manutenção do acesso público, eventual republicação ou distribuição impressa de edições anteriores; (d) disponibilização de painéis interativos; e (e) orientações transversais sobre identidade visual, uso de logotipos institucionais e canais admitidos de divulgação durante o período de defeso.

É o relatório. Passa-se a opinar.

II. FUNDAMENTAÇÃO

II.1. Considerações Preliminares

3. Compete a esta Consultoria Jurídica prestar consultoria sob o prisma estritamente jurídico, nos termos do art. 11, incisos I e V, da Lei Complementar nº 73, de 1993, não lhe cabendo adentrar em aspectos de conveniência e oportunidade da prática dos atos administrativos, tampouco examinar questões de natureza eminentemente técnica, administrativa ou financeira (Enunciado nº 7 do Manual de Boas Práticas Consultivas da AGU).

4. As manifestações desta CONJUR têm natureza opinativa e não são vinculantes para o gestor público, que pode, de forma justificada, adotar orientação diversa daquela aqui emanada.

II.2. Publicidade Institucional e Transparência Ativa

5. A vedação à publicidade institucional durante o período eleitoral está prevista no art. 73, §1º, da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997: *"Nos três meses que antecedem o pleito, é vedada a 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."* Para o pleito geral de 2026, com primeiro turno fixado para 4 de outubro, o período de vedação tem início em 4 de julho de 2026.

6. A regra é que toda divulgação relacionada a informar à sociedade a realização, pelo Poder Público, de atos, programas, obras e serviços encontra-se vedada nesse período. O Tribunal Superior Eleitoral estabeleceu os contornos da vedação no art. 15, §§2º, 3º e 4º, da Resolução TSE nº 23.735, de 2024, com redação dada pela Resolução nº 23.757/2026:

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

7. Segundo o Manual de Condutas Vedadas da AGU, no período de defeso está vedada inclusive a publicidade com conteúdo de caráter educativo, informativo ou de orientação social, ressalvando-se tão somente: (i) propaganda de produtos e serviços com concorrência no mercado; e (ii) grave e urgente necessidade pública reconhecida pela Justiça Eleitoral.

8. A orientação restritiva é baseada em precedente do TSE:

"[...] 2. No período vedado, é proibida a veiculação de publicidade institucional, independentemente do conteúdo eleitoral ou de seu teor informativo, educativo ou de orientação social, ressalvadas as exceções previstas em lei. Precedentes. 3. A conduta vedada prevista pelo art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/1997 fica configurada não obstante o momento em que autorizada a divulgação da publicidade institucional, desde que esta tenha permanecido nos 3 meses anteriores ao pleito. Precedentes. [...]" (RESPE nº 84195, Rel. Min. Og Fernandes, julgado em 25/06/2019)

9. Apesar do rigor da vedação, há que se diferenciar a publicidade institucional do dever de transparência ativa. O TSE estabelece que a manutenção de canais de informação para o estrito cumprimento de leis de transparência não configura conduta vedada. Desse modo, a divulgação de dados com **caráter neutro**, sem a presença de linguagem laudatória ou a menção a programas exclusivamente associados ao governo vigente, é permitida.

10. O Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais foi criado pela Lei nº 12.343, de 2010, no âmbito do Plano Nacional de Cultura, com fundamento constitucional no art. 216-A, §2º, da Constituição Federal. Atualmente, o SNIIC é regido pelo Marco Regulatório do Sistema Nacional de Cultura (Lei nº 14.835, de 2024), como instrumento de gestão voltado à coleta, sistematização, interpretação e difusão de dados, informações, estatísticas e indicadores culturais, com a finalidade de subsidiar o planejamento, o monitoramento e a avaliação de políticas públicas.

11. Desse modo, a princípio, a depender do modo como os dados são veiculados, as publicações do SNIIC, poderiam vir a ser entendidas como possuindo caráter técnico e de cumprimento do dever legal de transparência e não configurarem publicidade institucional,.

II.3. Análise das Publicações

12. Da análise dos materiais disponibilizados, no entanto, identificam-se elementos com potencial de enquadramento como publicidade institucional, como se passará a expor.

13. **Boletim SNIIC Monitora (versão preliminar):** contém o logotipo do Governo Federal em posição de destaque no cabeçalho. Vários indicadores nele constantes podem ser interpretados como exaltação do governo ou de seus programas, notadamente números relacionados ao "Novo PAC", indicadores com o marcador temporal "Nesta gestão" e dados de outros programas específicos da atual administração.

14. A adaptação do Boletim Monitora para afastar o enquadramento como publicidade institucional é questão a ser avaliada pela área técnica à luz dos parâmetros estabelecidos nesta manifestação.

15. **Boletins SNIIC Avalia e Pesquisa:** contém elementos de maior gravidade. O Boletim Pesquisa identifica nominalmente o Presidente da República, o Vice-Presidente e a Ministra de Estado da Cultura na ficha técnica. Ambos empregam linguagem incompatível com o período de defeso, expressões como "histórico", "experiência inédita" e "referência nacional técnica e política", e apresentam o logotipo do Governo Federal com slogan da gestão atual. Adicionalmente, tratam especificamente da Política Nacional Aldir Blanc de Fomento à Cultura (PNAB), o que suscita análise específica sobre o potencial de exaltação da gestão vigente.

16. A definição normativa de publicidade institucional abrange a "divulgação de atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal." Um boletim de avaliação que apresenta resultados de programa do Governo Federal enquadra-se textualmente nessa definição, independentemente do grau de tecnicidade da linguagem adotada.

17. Importa, contudo, observar que a Política Nacional Aldir Blanc de Fomento à Cultura foi instituída pela Lei nº 14.399, de 8 de julho de 2022, diploma legal editado durante a gestão anterior à atual. Esse dado é relevante para a aplicação do critério estabelecido pelo Parecer nº 00003/2018/CTEL/CGU/AGU, que aponta como elemento determinante o "efeito de exaltar ações específicas do governo/gestão atual." Uma política criada pela administração anterior não se associa automaticamente ao governo em exercício, e a publicação de seus resultados não configuraria, por si só, exaltação da gestão vigente.

18. Ressalva-se que a regulamentação operacional da PNAB foi editada pela presente gestão, notadamente o Decreto nº 11.740, de 18 de outubro de 2023, e a Instrução Normativa MinC nº 10/2023, que disciplinam as ações afirmativas avaliadas especificamente nos Boletins Avalia e Pesquisa (1ª edição). Esse dado mantém algum grau de associação com a gestão atual, o que exige cautela.

19. Diante desse quadro, o risco de enquadramento dos Boletins SNIIC como publicidade institucional vedada decorre dos elementos específicos identificados nas versões preliminares. A supressão integral desses elementos é condição necessária e, em princípio, suficiente para afastar o enquadramento, sujeita à apreciação da área técnica e à nova análise jurídica desta CONJUR sobre a versão revisada.

20. **Cultura em Números:** trata-se de retomada de publicação cuja última edição data de 2010, sem periodicidade regular estabelecida.

21. A ausência de regularidade previamente comprovada é fator de risco autônomo, pois a inauguração ou intensificação de ação comunicacional em período eleitoral pode ser interpretada como conduta vedada, independentemente do conteúdo. Salvo diante de justificativa robusta documentada nos autos, não se recomenda a publicação no período de defeso.

22. Caso a publicação seja mantida, cautelas adicionais são necessárias: retirada da identificação nominal de autoridades; revisão do documento para que não contenha dados que não importem em comparação com gestões anteriores ou que exaltem a atuação da gestão vigente. Ponto de atenção específico diz respeito à organização do conteúdo em torno dos eixos temáticos do Plano Nacional de Cultura 2025-2035: diferentemente da PNAB, o PNC 2025-2035 é instrumento elaborado pela gestão em exercício, e a estruturação dos dados em torno de seus eixos pode ser percebida como validação da agenda do governo, independentemente da neutralidade da linguagem adotada.

II.4. Outras Dúvidas Endereçadas

23. Duas questões adicionais foram encaminhadas para análise:

1. *É possível a apresentação das identidades visuais associadas às políticas culturais do Ministério da Cultura, como a Política Nacional de Cultura Viva, a Política Nacional Aldir Blanc de Fomento à Cultura e outras, no Boletim SNIIC Monitora?*
2. *É permitida a manutenção do acesso público às edições já publicadas anteriormente ao período de defeso? Pode ocorrer promoção ativa em ambiente digital? A distribuição impressa de edições anteriores é permitida?*

24. Quanto as identidades visuais associadas as políticas culturais, a questão se enquadra no que a Resolução TSE indica como publicidade institucional:

§ 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. (Redação dada pela Resolução nº 23.757/2026)

25. A PNAB e a PNCV possuem identidades visuais próprias, com logotipos e cores que as distinguem e as associam diretamente ao Governo Federal e à gestão atual. Enquadram-se, sem margem de dúvida, no conceito de "marcas de programas, campanhas, ações e eventos" vedados pela Resolução.

26. A Cartilha de Condutas Vedadas da AGU 2026 reitera, com referência ao Parecer nº 050/2014/DECOR/CGU/AGU, a amplitude da vedação a sinais distintivos: foi considerada indevida a utilização de logomarcas e slogans que possam remeter o eleitor à administração em campanha. A extensão da proibição ao "selo da lei do incentivo ao esporte" confirma o alcance da vedação para além da marca central do Governo.

27. Em resposta à questão 1: opina-se pela impossibilidade de utilização das marcas da Política Nacional Aldir Blanc de Fomento à Cultura, da Política Nacional de Cultura Viva e de demais programas governamentais com identidade visual própria durante o período de defeso, em cumprimento ao art. 39, §2º, da Portaria SECOM/MCOM nº 5.973/2022.
28. Quanto ao segundo questionamento: a vedação à publicidade institucional independe do momento em que a publicidade é autorizada. Ainda que tenha sido veiculada antes do período de defeso, deve ser retirada durante os três meses que antecedem o pleito, conforme o §3º do art. 15 da Resolução TSE nº 23.735/2024 e o precedente do RESPE nº 84195.
29. A Portaria SECOM/MCOM nº 5.973, de 28 de junho de 2022, por sua vez, disciplina a comunicação de governo em ano eleitoral e reforça e especifica o regime de vedações da Lei nº 9.504/1997 em pontos relevantes para o presente caso. Registra-se que a Portaria foi editada para o ciclo eleitoral de 2022, porém seus parâmetros aplicam-se ao ciclo de 2026 até que norma específica da SECOM para o corrente ano seja expedida.
30. Os arts. 34 e 38 da Portaria SECOM/MCOM nº 5.973/2022 determinam que postagens anteriores ao período de defeso que possuam conteúdos sujeitos ao controle da legislação eleitoral, bem como infográficos que se caracterizem como publicidade institucional, deverão ser arquivados ou ocultados durante o período eleitoral. Na medida em que edições já publicadas dos Boletins SNIIC, como o Boletim SNIIC Avalia (1ª edição, abril de 2026), contêm os elementos incompatíveis identificados, a obrigação de arquivamento ou ocultação é aplicável durante o defeso.
31. O art. 39, §3º, da Portaria prevê exceção para publicações eletrônicas em sítios oficiais que, por seu caráter técnico, de prestação de contas ou educativo, necessitem permanecer acessíveis. Para que a exceção seja invocável, devem ser atendidas cumulativamente cinco condições: (i) caráter e conteúdo inequivocamente técnicos, informativos e/ou educativos; (ii) respeito ao princípio da impessoalidade e ausência de afetação à igualdade entre candidatos; (iii) produção e publicação anteriores ao início do período eleitoral; (iv) custo antieconômico da remoção da marca; e (v) reposicionamento do conteúdo em local sem acesso privilegiado no sítio oficial, sem destaque ativo.
32. A aplicabilidade dessa exceção às edições já publicadas é questionável diante dos elementos nelas identificados especialmente as condições (i) e (ii), que pressupõem conteúdo inequivocamente técnico e impessoal, requisitos não plenamente atendidos em razão da linguagem laudatória, da identificação nominal de autoridades políticas e do logotipo com slogan governamental. A área técnica deve avaliar, para cada edição já publicada, o cumprimento integral e cumulativo das cinco condições antes de se amparar na exceção do art. 39, §3º. Na ausência de certeza, a medida mais segura é o arquivamento ou a ocultação durante o defeso.
33. Quanto a distribuição de material impresso, entendo relevante trazer à baila as seguintes recomendações expostas no Parecer n. 00003/2018/CTEL/CGU/AGU:
- " 72. (...) todo o conteúdo impresso ou eletrônico a ser disponibilizado durante o período eleitoral deve se utilizar de linguagem neutra, sem emissão de juízo de valor ou exaltação e comparação de atos, programas, obras, serviços de governo ou de governos anteriores.
73. Ademais, quando se fala em divulgação e publicação gráfica ou eletrônica, além de prévia análise de possibilidade caso a caso, necessária se faz ainda que se considere a aferição de um quadrinômio essencial quanto a conteúdo, forma, finalidade e utilidade.
74. Deve-se, pois, observar se (i) o conteúdo está adequado e estritamente relacionado ao tema que tenha sido anteriormente autorizado; (ii) a forma ou o meio de divulgação irá atingir apenas o público alvo permitido; (iii) a finalidade da divulgação possui apenas um caráter informativo ou educativo e (iv) a utilidade da divulgação ou publicação cinge-se a questões técnicas ou de necessidade pública e que não estejam configuradas como publicidade institucional.
75. Como esclarecido ao longo desta manifestação, a jurisprudência do TSE informa que nem toda veiculação, publicação ou divulgação de conteúdo impresso ou eletrônico tem caráter de publicidade vedada durante o período eleitoral, e que a análise de cada caso deve ser dada de forma individual e criteriosa. O que autorizaria, a princípio, a divulgação e publicação que tenha passado por todos os filtros ora colocados.
76. De outra feita, quanto à forma de apresentação, resta vedado o caráter publicitário da peça, salvo quando autorizado pela Justiça Eleitoral.
77. Importante lembrar que, para fins de controle da legislação eleitoral, é o momento da distribuição ou divulgação que importa para classificação como propaganda vedada, sendo irrelevante o momento de sua produção.
78. Portanto, caso o órgão de imprensa tenha dúvidas quanto à possibilidade de divulgação e publicação de determinado conteúdo, seja, por exemplo, um evento ou uma entrevista, produzido ou não durante o período eleitoral, recomenda-se a adoção de uma postura conservadora e criteriosa, evitando-se a divulgação e publicação.

79. Quanto à publicação de material técnico em geral, como Boletins ou Manuais, por exemplo, entende-se que, em regra, este pode ser regularmente publicado e divulgado, ressalvada sempre a impossibilidade de veiculação da logomarca do Governo Federal.

80. Entretanto, como sempre, reitera-se que a conduta da divulgação e publicação deve ser pautada pela cautela, uma vez que o conteúdo de qualquer material (por mais técnica que seja a sua natureza) pode vir a ser considerado como publicidade institucional (...).

34. Assim é que, em razão de todas as características já apontadas presentes nos materiais, não se recomenda a promoção ativa nem a distribuição impressa de versões anteriores.

III. CONCLUSÃO

35. Diante do exposto, ressalvadas as questões de natureza técnica que fogem das atribuições desta CONJUR, conclui-se pela inviabilidade jurídica da publicação dos Boletins SNIIC Monitora, Avalia e Pesquisa, Culture em Números nas versões preliminares submetidas a exame, em razão do elevado grau de risco de configuração como publicidade institucional vedada nos termos do art. 73, §1º, da Lei nº 9.504, de 1997, do RESPE nº 84195 do Tribunal Superior Eleitoral e do art. 19 da Portaria SECOM/MCOM nº 5.973/2022.

36. Quanto às obrigações aplicáveis independentemente da decisão sobre publicação de novas edições:

a) as marcas de programas governamentais, incluindo a marca da PNAB e da Política Nacional de Cultura Viva, devem ser removidas de todas as publicações e canais digitais do Ministério antes do início do período de defeso, nos termos do art. 39, §2º, da Portaria SECOM/MCOM nº 5.973/2022;

b) a marca do Governo Federal e sua assinatura devem ser retiradas dos canais digitais do Ministério da Cultura, incluindo portais, sítios e perfis em redes sociais, durante o período eleitoral, nos termos do art. 44 da Portaria;

c) as edições já publicadas dos Boletins SNIIC devem ser arquivadas ou ocultadas dos canais digitais durante o período de defeso, nos termos dos arts. 34 e 38 da Portaria, salvo se a área técnica verificar o cumprimento integral e cumulativo das cinco condições do art. 39, §3º, hipótese em que o conteúdo deve ser reposicionado em local sem acesso privilegiado no sítio oficial, salvo edição de norma mais recente da SECOM dispondo de modo diverso; e

d) a distribuição ativa de material impresso que contenha os elementos incompatíveis identificados é vedada durante o período de defeso.

37. A presente manifestação tem caráter opinativo e não vinculante. Eventual discordância das orientações aqui exaradas deverá ser devidamente fundamentada pela área técnica, nos termos do art. 50, inciso VII e §1º, da Lei nº 9.784, de 1999 (Enunciado de Boas Práticas nº 5 da AGU). O registro das providências adotadas é recomendável para fins de eventual prestação de contas à Justiça Eleitoral, conforme art. 18 da Portaria SECOM/MCOM nº 5.973/2022.

38. Devolva-se os autos à SGE.

Brasília, 20 de maio de 2026.

ADRIELE MATOS DE SANTANA SANTOS

Advogada da União

Consultora Jurídica Substituta

Atenção, a consulta ao processo eletrônico está disponível em <https://supersapiens.agu.gov.br> mediante o fornecimento do Número Único de Protocolo (NUP) 01400010381202632 e da chave de acesso b16d38df



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 3222423305 e chave de acesso b16d38df 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: 20-05-2026 17:03. Número de Série: 65635031372271175007508848075. Emissor: Autoridade Certificadora do SERPRO Final SSL.