



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

PARECER Nº 00195/2026/CONJUR-MINC/CGU/AGU

NUP: 01400.017712/2026-65

INTERESSADOS: SECRETARIA DE ECONOMIA CRIATIVA

ASSUNTOS: DEFESO ELEITORAL

EMENTA: DIREITO ELEITORAL E ADMINISTRATIVO. DEFESO ELEITORAL. GRUPOS DE WHATSAPP MANTIDOS POR SERVIDORES DO MINC PARA ARTICULAÇÃO DE REDE DA ECONOMIA CRIATIVA. Inexistência de vedação à mera manutenção da ferramenta em estado inativo. Distinção entre a existência do canal e o conteúdo nele veiculado. Suspensão de interações como medida de cautela reforçada, e não como exigência legal autônoma. Retirada de elementos de identificação institucional (foto de perfil) recomendada quando associável à gestão atual, nos termos do critério consolidado pela AGU para marcas e sinais distintivos. Art. 73, VI, "b", da Lei nº 9.504/1997. Possibilidade de reativação após o encerramento do defeso.

1. RELATÓRIO

1. Trata-se de consulta formulada por Secretaria de Economia Criativa por meio do OFÍCIO Nº 605/2026/SEC/MinC (2987934).

2. A dúvida jurídica formulada é relativa a possibilidade de manutenção, durante o período de defeso eleitoral, dos grupos de whatsapp institucional criados para promover a formação de redes de relacionamento e troca de experiências entre usuários e agentes da economia criativa. A SEC questiona se é possível/recomendável adotar medidas como suspensão das interações, impedindo o envio de mensagens; retirada da foto de perfil e de outros elementos de identificação institucional, se necessário; e reativação dos grupos após o término do defeso eleitoral.

3. É o relatório.

2. ANÁLISE JURÍDICA

4. Inicialmente, cabe esclarecer que a Lei nº 9.504/1997, em seu art. 73 e seguintes, responsável por elencar as vedações em período eleitoral, não contém qualquer previsão impeditiva da manutenção de estruturas, sistemas, aplicativos ou canais de comunicação pela Administração Pública. O que a legislação eleitoral restringe, nos três meses que antecedem o pleito, é a divulgação de publicidade institucional e a utilização de sinais distintivos que exaltem ações da gestão em curso, nos termos do art. 73, VI, "b", da 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 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.”

5. A doutrina e a jurisprudência do TSE são uniformes ao afirmar que a Administração não é obrigada a paralisar suas atividades durante o período eleitoral, sendo vedado apenas o desvio de finalidade e a utilização da estrutura pública de modo a gerar desequilíbrio ao pleito. Deste modo, a manutenção de redes sociais, não configura, por si só, publicidade institucional, desde que não tenham "efeito de exaltar ações específicas do governo/gestão atual ou de governos/gestões anteriores" nem possuam "qualquer apelo publicitário capaz de exaltar diretamente o governo federal" perante o público em geral.

6. Assim, o grupo de WhatsApp em questão, enquanto ferramenta de articulação de rede entre usuários e agentes da economia criativa, insere-se nessa mesma lógica, não sendo vedada a sua manutenção. O que deve se ter especial atenção, como qualquer outro meio de comunicação ou rede social, é em relação ao conteúdo veiculado, de modo a não incidir na publicidade institucional.

7. Remetemos a SEC para a existência de outras manifestações da CONJUR que tratam sobre o tema da publicidade institucional, em especial:

a) **Parecer n. 00084/2026/CONJUR-MINC/CGU/AGU (01400.009083/2026-08)**, sobre a distribuição de placas e materiais impressos aos Pontos de Cultura;

b) **Parecer n. 00129/2026/CONJUR-MINC/CGU/AGU (01400.010381/2026-32)** sobre publicações do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC); e

8. Recomendo, ainda, a consulta ao **Parecer n. 00003/2018/CTEL/CGU/AGU (anexo)**, sobre a vedação de publicidade institucional;

9. Assim, não se revela necessária a exclusão dos grupos, mas se mostra medida de cautela, a restrição em relação às publicações, como por exemplo a permissão de envio de mensagens apenas por determinados agentes, ficando a comunicação restrita a questões de caráter informativo ou educativo, desvinculado de linguagem ou características que impliquem em publicidade institucional.

10. Salienta-se que a configuração da publicidade institucional independe da finalidade eleitoral, sendo de natureza objetiva.

11. Quanto à necessidade de remoção da foto de perfil e de outros elementos de identificação institucional, aplica-se o mesmo critério consolidado pela AGU para aferição da necessidade de cobertura de marcas em período eleitoral, de modo que apenas as imagens que possam remeter a atual gestão ou a ações do governo perante o público em geral é que devem ter seu uso suspenso.

12. Como a vedação tem caráter temporal, estando restrita aos três meses que antecedem o pleito até o final das eleições, após superado esse período, poderão os grupos serem reativados.

3. CONCLUSÃO

13. Por todo exposto, abstraídas as questões técnicas e de conveniência e oportunidade, em resposta à consulta formulada, conclui-se que não incide vedação à manutenção de grupo de WhatsApp institucionais durante o período de defeso, porém, como qualquer outro meio de comunicação e rede social, aplica-se à vedação à publicidade institucional. Assim, como medida de cautela, entende-se por pertinente a suspensão temporária do grupo, ou, medida menos restritiva, a restrição de envios de mensagens, sendo a opção por um ou por outra forma, restrita à análise de oportunidade e conveniência.

14. Quanto à necessidade de remoção da foto de perfil e de outros elementos de identificação institucional, aplica-se o mesmo critério consolidado pela AGU para aferição da necessidade de cobertura de marcas em período eleitoral, de modo que apenas as imagens que possam remeter a atual gestão ou a ações do governo perante o público em geral é que devem ter seu uso suspenso.

15. Sugere-se retorno dos autos à SEC e inclusão do presente Parecer na página do Minc que contem as manifestações jurídicas temáticas relativas ao defeso eleitoral.

À consideração superior.

Brasília, 07 de julho 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) 01400017712202665 e da chave de acesso cae8828c



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 3283286220 e chave de acesso cae8828c 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: 07-07-2026 16:57. Número de Série: 65635031372271175007508848075. Emissor: Autoridade Certificadora do SERPRO Final SSL.