

**PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA**  
**SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**INSTRUÇÃO NORMATIVA SECOM/PR Nº 4, DE 23 DE FEVEREIRO DE 2024.**

Estabelece medidas a serem observadas pelos órgãos e entidades do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM, visando à mitigação de riscos à imagem das instituições do Poder Executivo Federal decorrentes da publicidade na internet e dá outras providências.

**O MINISTRO DE ESTADO DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA**, no uso das atribuições que lhe conferem os incisos I e II, do parágrafo único, do art. 87 da Constituição Federal; tendo em vista o disposto no art. 6º da Lei nº 14.600, de 19 de junho de 2023; no inciso IV, do art. 6º, do Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008; e nos incisos IX e XV, do art. 1º, do Anexo I, do Decreto nº 11.362, de 1º de janeiro de 2023, resolve:

**CAPÍTULO I**  
**DAS DISPOSIÇÕES INICIAIS**  
**Seção I**

Art. 1º Esta Instrução Normativa estabelece medidas a serem observadas pelos órgãos e entidades do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM, visando à mitigação de riscos à imagem das instituições do Poder Executivo Federal decorrentes da publicidade na internet.

Art. 2º As empresas públicas, sociedades de economia mista e suas subsidiárias devem observar as disposições constantes da Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016, seus regulamentos e, subsidiariamente, no que couber, as orientações desta Instrução Normativa.

**Seção II**  
**Dos Objetivos**

Art. 3º A presente Instrução Normativa tem como objetivos:

I – contribuir para a segurança da imagem de órgãos e entidades integrantes do SICOM;

II – coibir a monetização, em decorrência de ações publicitárias dos integrantes do SICOM, de sites, aplicativos e produtores de conteúdo na internet que ensejem risco de danos à imagem das instituições do Poder Executivo Federal por infração à legislação nacional ou por inadequação a políticas e padrões de segurança e de adequação à marca do Governo Federal;

III – imprimir mais segurança às ações de publicidade dos integrantes do SICOM veiculadas na internet;

IV – contribuir para promoção de um ecossistema informacional íntegro na internet;

V – incentivar boas práticas de ética e transparência na produção e divulgação de conteúdos publicitários e informativos;

VI – incentivar boas práticas de segurança de marca, de coleta de dados e de uso de tecnologias e soluções inovadoras na publicidade online;

VII – promover a presença de veículos informativos voltados à cobertura de temas de interesse de grupos historicamente vulnerabilizados no portfólio de redes de anúncio e no MIDIACAD; e

VIII – promover a criação e o fortalecimento de políticas de transparência por parte dos veículos (*publishers*), oferecendo visibilidade que ajude a evitar a veiculação de publicidade em sites, canais e perfis que estejam em desconformidade com as normas vigentes.

### **Seção III**

#### **Dos Tipos de Agentes de Veiculação de Publicidade na Internet**

Art. 4º Estão sujeitos às disposições contidas nesta Instrução Normativa as ações publicitárias contratadas e/ou distribuídas nos seguintes agentes de veiculação de publicidade na internet:

I – sites e aplicativos de oferta ou fornecimento de bens ou serviços;

II – produtores de conteúdo em plataforma digital;

III – sites e aplicativos de oferta de conteúdo jornalístico ou informativo;

IV – plataformas digitais; e

V – operadores de publicidade programática.

Art. 5º Para fins do disposto nesta Instrução Normativa, considera-se:

I – sites e aplicativos de oferta ou fornecimento de bens ou serviços: provedores de aplicações de internet cuja atividade central seja a prestação de bens e/ou serviços, com exceção de serviços de fornecimento de conteúdo jornalístico e informativo;

II – produtores de conteúdo em plataforma digital: usuários de internet que produzem e disponibilizam conteúdo jornalístico, informativo ou esportivo, em plataformas digitais de conteúdos disponibilizados para acessos por terceiros ([redação dada pela Instrução Normativa nº 7, de 30 de dezembro de 2024](#));

III – sites e aplicativos de oferta de conteúdo jornalístico ou informativo: provedores de aplicações de internet, cuja atividade principal seja a apuração, produção, edição e disseminação de informações relacionadas a fatos, atuais ou não, dados ou outros elementos da realidade;

IV – plataformas digitais: aplicação de internet cuja principal finalidade seja a disponibilização de sistema para conexão de usuários para o compartilhamento e a disseminação de conteúdos em quaisquer formatos ou produtos ou serviços, por meio de contas conectadas ou acessíveis de forma articulada, permitida a conexão entre usuários;

V – operadores de publicidade programática: sistema que viabiliza a compra de mídia de forma automatizada, usando plataformas que conectam os lados da demanda com o da oferta de inventários de mídia digital e que não detêm controle sobre a produção de conteúdo ou sobre o ambiente de disseminação da publicidade; e

VI – ([revogado pela Instrução Normativa nº 7, de 30 de dezembro de 2024](#)).

## CAPÍTULO II

### DOS CRITÉRIOS DE TRANSPARÊNCIA PARA CADASTRAMENTO DOS AGENTES DE VEICULAÇÃO DE PUBLICIDADE NA INTERNET

Art. 6º Para o cadastro e manutenção da situação de aptidão no Cadastro de Veículos de Divulgação da SECOM – MIDIACAD, os agentes previstos no art. 4º deverão ter registro no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), bem como cumprir as seguintes obrigações:

I – os sites e aplicativos de oferta ou fornecimento de bens ou serviços deverão ter representante legal no país e informar publicamente:

- a) nome da pessoa jurídica (fantasia ou razão social); e
- b) endereço ou, quando for o caso, endereço da sede jurídica no país.

II – os sites e aplicativos de oferta de conteúdo jornalístico ou informativo deverão ter CNPJ e disponibilizar publicamente:

- a) expediente, incluindo editor responsável e/ou equipe de reportagem; e
- b) contato ou canal para envio de reclamação, denúncia ou pedido de direito de resposta e retratação.

III – os produtores de conteúdo em plataforma digital deverão informar publicamente:

a) o nome, conforme registro civil, do responsável pelo conteúdo ou o nome de fantasia ou razão social quando se tratar de pessoa jurídica ([redação dada pela Instrução Normativa nº 7, de 30 de dezembro de 2024](#));

b) contato para envio de reclamação, denúncia ou pedido de direito de resposta e retratação; e

c) a identificação de conteúdo publicitário, por meio do uso da expressão "publicidade" em todos os conteúdos em que houver acordo comercial ou troca de bens e

serviços, de forma facilmente identificável pelo público ([redação dada pela Instrução Normativa nº 7, de 30 de dezembro de 2024](#)).

IV – as plataformas digitais deverão ter e/ou disponibilizar publicamente:

a) termos de uso públicos, em português, incluindo regras e ações para combate à desinformação, ao discurso de ódio, ao assédio e à promoção de atividades, produtos ou serviços ilegais, incluindo infração de direitos autorais, bem como medidas para a proteção dos direitos de crianças e adolescentes;

b) canal ou contato para envio de reclamação, denúncia ou pedido de direito de resposta; e

c) mecanismos de bloqueio de conteúdos específicos, bem como capacidade de filtrar termos, palavras-chaves e/ou categorias, abarcados pelos contratos mantidos com agências de propaganda de integrantes do SICOM, a fim de possibilitar a atuação preventiva.

V – os operadores de publicidade programática deverão ter:

a) mecanismos de bloqueio de conteúdos específicos, bem como capacidade de filtrar termos, palavras-chaves e/ou categorias, abarcados pelos contratos mantidos com agências de propaganda de integrantes do SICOM, a fim de possibilitar a atuação preventiva; e

b) políticas para conter a veiculação de publicidade em provedores de aplicações que infrinjam a legislação nacional.

§1º Os operadores de publicidade programática deverão efetivar seu cadastro e manter sua situação de aptidão no MIDIACAD, à exceção dos veículos que formarem o inventário por eles disponibilizado aos integrantes do SICOM.

§2º Os veículos que formam o inventário dos operadores de publicidade programática de que trata o §1º não estão obrigados ao cadastramento no MIDIACAD.

## CAPÍTULO III

### Seção I

#### **Da Suspensão da Situação de Aptidão no MIDIACAD ou da Contratação para Veicular Publicidade**

Art. 7º As seguintes ocorrências poderão acarretar suspensão da aptidão no MIDIACAD e/ou de contratação, por agências de propaganda contratadas, para veiculação de publicidade nos agentes previstos nos incisos I a V do art. 4, a ser aplicada pela SECOM ([redação dada pela Instrução Normativa nº 7, de 30 de dezembro de 2024](#)):

I – decisão judicial ou de órgão de controle externo que indicar expressamente a suspensão de contratação de publicidade do agente de veiculação de publicidade na internet ou comando equivalente;

II – decisão judicial prolatada por colegiado ou tribunal superior que tiver por objeto a condenação dos agentes de publicidade na internet, pelas violações relacionadas no art. 9º; e

III - decisão do titular da Secretaria de Políticas Digitais (SPDigi), após devido processo administrativo e assegurado o contraditório e a ampla defesa, em relação a situação de risco de danos à imagem de órgão ou entidade integrantes do Sicom, decorrente de análise de violações objetivas às condutas elencadas nos incisos do art. 9º.

§1º Nas hipóteses dos incisos II e III do **caput**, a suspensão será de 360 (trezentos e sessenta) dias, e em caso de nova violação ao art. 9º, verificada em prazo inferior a 24 (vinte e quatro) meses, será aplicada nova suspensão por 720 (setecentos e vinte) dias, contados a partir da ciência ou divulgação oficial da decisão.

§2º Nos casos de sanção para veículos de publicidade na internet em que o mesmo conteúdo for reproduzido em canais ou veículos de divulgação *offline*, a estes será igualmente aplicada a suspensão.

§3º Decorrido o prazo de suspensão, nas hipóteses dos incisos II e III do **caput**, será reestabelecida, pelos integrantes da SECOM, a situação de aptidão no MIDIACAD ou liberada a inclusão no inventário de publicidade dos agentes previstos nos incisos I a V, do Art. 4º.

§4º Quando a atividade principal do agente de veiculação de publicidade na internet for flagrantemente ilegal, seu cadastro no MIDIACAD será cancelado, o que inviabilizará sua inclusão em inventário de publicidade ou a contratação de suas atividades secundárias ([redação dada pela Instrução Normativa nº 7, de 30 de dezembro de 2024](#)).

§5º No caso do operador de publicidade programática, previsto no inciso V, do art. 4º, só será instaurado processo administrativo, na forma desta Instrução Normativa, com a finalidade de avaliar a suspensão de aptidão no MIDIACAD ou o impedimento de disponibilizar inventário, quando esse agente tiver sido previamente notificado pela SPDigi e tiver reincidido na situação que deu origem à notificação.

Art. 8º Para a aplicação das sanções previstas no art. 7º, aos agentes de que tratam os incisos I a V, do art. 4º, a SECOM observará o dever de motivação, demonstrando que a publicação gera situação de risco de danos à imagem de órgão ou entidade integrantes do Sicom, por estar relacionada à prática de ilícitos relacionados no art. 9º.

## Seção II

### Das Práticas Ilegais Tipificadas

Art. 9º Poderão ser consideradas como situação de risco de danos à imagem de órgão ou entidade integrantes do Sicom e ensejar as penalidades previstas no art. 7º, a publicação, pelos agentes relacionados nos incisos I a III, do art. 4º, de conteúdo que se enquadra nos requisitos objetivos das seguintes condutas:

I - crimes contra o Estado Democrático de Direito, tipificados nos arts. 359-L e 359-M do Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940;

II - promover, constituir, integrar ou prestar auxílio, pessoalmente ou por interposta pessoa, a organização terrorista, cujos atos são tipificados pelo art. 3º, da Lei nº 13.260, de 16 de março de 2016;

III - crimes de tráfico internacional de crianças e adolescentes e relacionados a materiais de exploração sexual de menores, tipificados nos arts. 239 a 241-E da Lei nº 8.069, de 13 de julho 1990;

IV - crimes tipificados na Lei nº 7.716, de 5 de janeiro de 1989, que define os crimes resultantes de preconceito de raça ou de cor;

V - crimes contra a saúde pública, tipificados no Título VIII da Parte Especial do Decreto-Lei nº 2.848, de 1940;

VI – indução ou instigação ao suicídio ou praticar automutilação ou prestar auxílio material para que o faça, tipificados no art. 122 do Decreto-Lei nº 2.848, de 1940;

VII - infração sanitária, tipificada no inciso V do art. 10 da Lei nº 6.437, de 20 de agosto de 1977;

VIII - infração aos direitos autorais, previsto nos títulos IV e V da Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998;

IX - infração às normas para as eleições tipificadas na Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997;

X - infração tipificada nos arts. 323 e 326-B da Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965;

XI - contravenções relacionadas a jogos ilegais, previstas nos arts. 50, 51 e 58 do Decreto-Lei nº 3.688, de 3 de outubro de 1941; e

XII - violação à restrição de publicidade de fumígenos, bebidas alcóolicas, medicamentos, terapias e defensivos agrícolas, tipificada nos arts. 3º, 3º-A, 7º e 8º da Lei nº 9.294, de 15 de julho de 1996.

### **Seção III**

#### **Do Processo de Aplicação de Sanção em Caso de Decisão Judicial**

Art. 10. Quando a SECOM for notificada, nos termos do inciso I, do art. 7º, de decisão judicial que indicar expressamente a suspensão de contratação de publicidade do agente de veiculação de publicidade na internet, previstos nos incisos I a V, do art. 4º, a SPDIGI informará a Secretaria de Publicidade e Patrocínio (SPP) para que:

I – proceda ao registro da sanção e da inaptidão do agente sancionado no MIDIACAD; e

II – comunique às agências de propaganda contratadas para suspenderem, do plano de mídia das campanhas publicitárias dos integrantes do SICOM, o agente sancionado, por todo o período que incidir a penalidade.

Art. 11. No caso de decisão judicial prolatada por colegiado ou tribunal superior, que tiver por objeto a condenação de agentes de veiculação previstos nos incisos I a V do art. 4º, na forma do inciso II do art. 7º, a SPDIGI poderá agir de ofício ou quando notificada, à instauração de processo administrativo de que trata o art. 12.

## Seção IV

### Da Análise de Risco de Danos à Imagem de Integrante do SICOM

Art. 12. Na hipótese mencionada no inciso II e III, do art. 7º, a SPIDIPI poderá, de ofício ou quando provocada por denúncia, instaurar processo administrativo que obedecerá, no que couber, os preceitos da Lei nº 9.784, de 29 de janeiro de 1999.

§1º A denúncia de que trata o **caput** deverá ser formulada através do Sistema Fala.BR da Ouvidoria da Presidência da República.

§2º A denúncia deverá ser acompanhada das seguintes informações, documentos ou imagens:

I - registro da exibição de publicidade dos órgãos ou entidades integrantes do SICOM em agentes previstos nos incisos I a III, do art. 4º, que deram causa à notícia ou ao fato, indicando os endereços eletrônicos (*URL*) relacionados; e

II - identificação do conteúdo em que o denunciante alega ilegalidade, nos termos do art. 9º, por meio do envio da respectiva *URL* e por cópia reproduzida de tela, bem como, se possível, a *URL* do anúncio disposto em ambiente com risco de danos à imagem.

§3º A Ouvidoria da Presidência da República, após análise de admissibilidade, encaminhará a denúncia para a SPIDIPI.

Art. 13. Observada a documentação prevista no §2º, do art. 12, a SPIDIPI instaurará o respectivo processo administrativo e notificará o agente de veiculação de publicidade, caso conste no cadastro do MIDIACAD, para apresentação de esclarecimentos no prazo de 10 (dez) dias.

§1º A SPIDIPI expedirá, na forma desta Instrução Normativa, notificação ao agente de veiculação de publicidade na internet ou, conforme o caso, ao agente de distribuição de publicidade programática ou à plataforma digital, quando não constarem no cadastro do MIDIACAD. ([redação dada pela Instrução Normativa nº 7, de 30 de dezembro de 2024](#))

§2º O relator, no recebimento da denúncia, poderá proferir, de ofício ou por requerimento, tutela provisória de urgência, quando restar identificada a presença de elementos que evidenciem a probabilidade de irreversibilidade do dano e presunção de existência do direito alegado, cabendo, desta decisão, recurso nos termos do art. 16.

§3º Caso a tutela provisória de urgência prevista no §2º seja concedida e, ao final de processo administrativo, a decisão da tutela provisória se torne definitiva, os prazos previstos no §1º, do artigo 7º, contarão a partir da data de publicação da decisão que concedeu tutela provisória.

§4º Constatado risco à imagem, na forma do art. 9º, o titular da SPIDIPI determinará a suspensão do agente e informará à SPP para que:

I – proceda ao registro da sanção e da inaptidão do agente sancionado no MIDIACAD; e

II – comunique às agências de propaganda contratadas, às plataformas digitais e aos operadores de publicidade programática para suspenderem, do plano de

mídia e/ou do inventário das campanhas publicitárias dos integrantes do SICOM, o agente sancionado, por todo o período que incidir a penalidade. ([redação dada pela Instrução Normativa nº 7, de 30 de dezembro de 2024](#))

§5º O processo administrativo previsto no art. 12 não será instaurado quando a controvérsia gerada decorreu de erro de interpretação ou que o objeto de apuração ou do conteúdo foi, em termos de visibilidade, readequado ou corrigido publicamente pelos agentes previstos nos incisos II e III do art. 4º.

Art. 14. A SPDIGI publicará, na página de internet da SECOM, informações sobre a abertura do processo administrativo de que trata o art. 12 e os extratos de suas respectivas decisões publicados no Diário Oficial da União.

Art. 15. Se, da condenação do agente de veiculação de publicidade na internet, decorrente de cometimento de crimes dispostos no art. 9º, for constatado risco de danos à imagem de integrante do SICOM, o titular da SPDIGI, após o devido processo administrativo, poderá determinar a suspensão da situação de aptidão no MIDIACAD e/ou da contratação para veicular publicidade nos agentes previstos nos incisos de I a III do art. 4º.

Parágrafo único. Constatado risco de danos à imagem de integrantes do SICOM, a SPDIGI informará a SPP sobre a penalidade aplicada, para que apense registro específico junto ao MIDIACAD e informe aos integrantes do SICOM, agências de propaganda contratadas, plataformas digitais e aos operadores de publicidade programática para fins de retirada do sancionado do inventário de veículos constantes do planejamento de mídia das campanhas do Governo Federal. ([redação dada pela Instrução Normativa nº 7, de 30 de dezembro de 2024](#))

Art. 16. Da decisão administrativa de suspensão caberá recurso no prazo de 10 (dez) dias, contado a partir da ciência ou divulgação oficial da decisão recorrida.

§1º No caso dos agentes de veiculação de publicidade na internet não inscritos no MIDIACAD, o prazo será contado somente a partir da publicação da decisão administrativa no Diário Oficial da União.

§2º O recurso será dirigido ao titular da SPDIGI, a qual, se não a reconsiderar, o encaminhará ao Ministro de Estado da SECOM.

Art. 17. Quando as agências de propaganda contratadas por integrantes do SICOM tomarem ciência de conteúdo com risco de violar as normas legais previstas no art. 9º, veiculado em agentes de veiculação de publicidade na internet que estão veiculando ou tenham veiculado conteúdo do Governo Federal, devem informar à SECOM, ainda que tais agentes não possuam cadastro no MIDIACAD. ([redação dada pela Instrução Normativa nº 7, de 30 de dezembro de 2024](#))

## Seção V

### Das Competências

Art. 18. Compete à Secretaria de Políticas Digitais (SPDIGI):

I – dar andamento ao processo de aplicação de sanção em casos de decisão judicial, conforme descrito nos art. 10 e 11; e

II – instaurar processo administrativo, de ofício ou quando provocado por meio de denúncia, bem como dar andamento, nos moldes dos arts. 12 e 16.

Art. 19 Compete ao titular da SPDIGI:

- a) indicar o relator do processo;
- b) julgar e, quando for o caso, aplicar a sanção; e
- c) reconsiderar a decisão dos recursos interpostos ou encaminhá-los ao Ministro de Estado da SECOM, quando não os reconsiderar.

Art. 20. Compete à Secretaria de Publicidade e Patrocínio (SPP):

I – providenciar, a partir de informação da SPDIGI, o registro da sanção e da inaptidão do agente sancionado no MIDIACAD;

II – comunicar às agências de propaganda contratadas para suspenderem o agente sancionado do plano de mídia das campanhas publicitárias dos integrantes do SICOM quando informada pela SPDIGI;

III – verificar o cumprimento das exigências contidas no art. 22; e

IV – informar à SPDIGI do cumprimento das providências indicadas nos incisos I a III do **caput**.

## Seção VI

### Das Obrigações dos Integrantes do SICOM

Art. 21. Caberá aos integrantes do SICOM acessar, periodicamente, a página de internet da SECOM, a fim de conhecerem o conjunto de decisões sobre as sanções determinadas pela SECOM aos agentes previstos nos incisos de I a V, do art. 4º, nos termos desta Instrução Normativa, a fim de comunicarem às suas agências de propaganda contratadas e, conforme o caso, às plataformas digitais ou aos operadores de publicidade programática. ([redação dada pela Instrução Normativa nº 7, de 30 de dezembro de 2024](#))

Art. 22. A Subsecretaria de Gestão e Normas, em articulação com a Secretaria de Publicidade e Patrocínio e a Secretaria de Políticas Digitais, orientará os órgãos e entidades integrantes do SICOM quanto a adoção de instrumentos, processos e estratégias contratuais a fim das pessoas físicas ou jurídicas contratadas para serviço de publicidade, em quaisquer das etapas do processo de execução ou veiculação de publicidade na internet observem o disposto nessa Instrução Normativa. ([redação dada pela Instrução Normativa nº 7, de 30 de dezembro de 2024](#))

Art. 23. A veiculação de ações publicitárias no meio internet será acompanhada pelo órgão ou entidade anunciante por intermédio da agência de propaganda contratada, a fim de averiguar se a veiculação de publicidade está adequada às orientações desta Instrução Normativa, visando subsidiar, se for o caso, processo administrativo nos termos do art. 7º.

Art. 24. Os integrantes do SICOM devem contemplar, no planejamento de mídia, a observância dos parâmetros e padrões de segurança e proteção da marca e de adequação dos contextos de veiculação.

## CAPÍTULO IV

### DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 25. Adotam-se, como subsídios à aplicação desta Instrução Normativa, no que couber, os conceitos complementares contidos na cartilha [Boas Práticas Aplicáveis à Utilização de Mídias Digitais pela Administração Pública Federal](#), elaborada, mantida e disponibilizada pela Controladoria-Geral da União - CGU.

Art. 26. Os contratos destinados à execução de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, assinados antes da entrada em vigor desta Instrução Normativa, permanecem regidos por suas cláusulas contratuais.

Parágrafo único. Os integrantes do SICOM poderão examinar os contratos a que se refere o **caput**, com vistas a decidir se suas cláusulas contemplam as regras dispostas nesta Instrução Normativa, bem como, buscar a devida adequação, por meio de termo aditivo, desde que demonstrado técnica e economicamente viáveis.

Art. 27. A SECOM poderá, se for o caso, editar norma com vistas a complementar as orientações desta Instrução Normativa.

Art. 28. Fica estabelecido o prazo de até 26 de março de 2025 para que a SECOM e os agentes de veiculação de publicidade na internet promovam as adaptações necessárias ao cumprimento das regras desta Instrução Normativa, especialmente o disposto no art. 6º. ([redação dada pela Instrução Normativa nº 7, de 30 de dezembro de 2024](#))

Art. 29. A SPDIGI disponibilizará canal para recebimento de contribuições de entidades da sociedade civil que comprovadamente tenham envolvimento direto com o tema da publicidade ou conhecimento da legislação relacionadas às condutas relacionadas no art. 9º.

Art. 30. Esta Instrução Normativa entra em vigor 30 (trinta) dias após a data de sua publicação.

**PAULO ROBERTO SEVERO PIMENTA**

### ANEXO I

#### **TERMO DE CIÊNCIA E COMPROMISSO**

([revogado pela Instrução Normativa nº 7, de 30 de dezembro de 2024](#))

## **ANEXO II**

### **DECLARAÇÃO DE RESPONSABILIDADE**

**(revogado pela Instrução Normativa nº 7, de 30 de dezembro de 2024)**