doi.org/10.51891/rease.v12i11.32720

OS LIMITES DA PROMOÇÃO PESSOAL E DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL NO CONTEXTO ELEITORAL: UMA ANÁLISE DO ART. 73, VI, "b", E VII DA LEI Nº 9.504/1997

THE LIMITS OF PERSONAL PROMOTION AND INSTITUTIONAL ADVERTISING IN THE ELECTORAL CONTEXT: AN ANALYSIS OF ARTICLE 73, VI, "b", AND VII OF LAW Nº 9.504/1997

Nair Dulce Silva Mello[1]
Sergio Roberto Bulcão Bringel[2]

RESUMO: O presente artigo analisa os limites da promoção pessoal de agentes públicos e da publicidade institucional no contexto eleitoral, à luz da Constituição Federal de 1988 e do art. 73, inciso VI, alínea "b", e inciso VII, da Lei nº 9.504/1997. A pesquisa examina em que circunstâncias a divulgação de atos, programas, obras e serviços públicos ultrapassa sua finalidade institucional e passa a funcionar como instrumento de promoção pessoal, em afronta à impessoalidade administrativa e à igualdade de oportunidades entre os candidatos. Adota-se abordagem qualitativa, com pesquisa bibliográfica, normativa e documental e recorte jurisprudencial centrado em julgados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e do Supremo Tribunal Federal (STF) de 2015 a 2026, somados a precedentes anteriores usados como marcos históricos. Examinam-se os fundamentos constitucionais da publicidade institucional, as restrições temporais e orçamentárias à sua veiculação e o uso da identidade visual da Administração. Conclui-se que a conduta vedada do art. 73, VI, "b", possui natureza objetiva e independe de finalidade eleitoral, e que o art. 15, § 2º, da Resolução-TSE nº 23.735/2024, ao indicar elementos identificadores da gestão em disputa, deve ser lido como regra de prova, e não como requisito adicional do ilícito, sob pena de a resolução restringir a lei, em contrariedade ao art. 105 da Lei nº 9.504/1997. Nessa leitura, a presença de marcas de governo, slogans, cores partidárias e imagens de agentes funciona como critério material para distinguir a publicidade institucional vedada da informação de transparência ativa, que não é alcançada pela proibição.

Palavras-chave: Publicidade institucional. Promoção pessoal. Condutas vedadas. Identidade visual. Poder regulamentar.

[1]Graduada em Direito pelo Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas (CIESA). Pós-Graduação em Direito Eleitoral pela Escola de Direito da Universidade do Estado do Amazonas (ED/UEA).
[2]Orientador. Professor de Direito Eleitoral no Centro de Estudos Jurídicos do Amazonas. Graduado em Direito pela Faculdade Martha Falcão (FMF/IESA). Mestre em Função Social do Direito pela Faculdade Autônoma de Direito (FADISP). Pós-Graduação em Direito Eleitoral pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC MG).

ABSTRACT: This article analyzes the limits of personal promotion of public officials and of institutional advertising in the electoral context, in light of the 1988 Brazilian Federal Constitution and Article 73, item VI, subparagraph "b", and item VII, of Law No. 9,504/1997. It examines the circumstances under which the dissemination of public acts, programs, works and services exceeds its institutional purpose and becomes a means of personal promotion, violating administrative impersonality and equal opportunities among candidates. It adopts a qualitative approach, with bibliographic, normative and documentary research and case law from the Superior Electoral Court (TSE) and the Supreme Federal Court (STF) from 2015 to 2026, plus earlier precedents used as historical landmarks. It examines the constitutional foundations of institutional advertising, the temporal and budgetary restrictions on it, and the use of the visual identity of Public Administration. It concludes that the prohibited conduct set out in Article 73, VI, "b", is objective in nature and does not depend on electoral purpose, and that Article 15, § 2, of TSE Resolution No. 23,735/2024, by referring to elements that identify the administration in dispute, should be read as an evidentiary rule rather than as an additional requirement of the offense; otherwise, the resolution would restrict the statute, contrary to Article 105 of Law No. 9,504/1997. Under this reading, the presence of government brands, slogans, party colors and images of officials serves as a material criterion to distinguish prohibited institutional advertising from proactive transparency information, which falls outside the prohibition.

Keywords: Institutional advertising. Personal promotion. Prohibited conduct. Visual identity. Regulatory power.

1. INTRODUÇÃO

A publicidade institucional constitui um importante instrumento de comunicação entre a Administração Pública e a sociedade, permitindo a divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas de interesse coletivo. Entretanto, sua utilização deve observar os limites estabelecidos pela Constituição Federal de 1988, especialmente aqueles previstos no art. 37, § 1º, que determina o caráter educativo, informativo ou de orientação social da publicidade dos órgãos públicos, vedando a utilização de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos (BRASIL, 1988).

No contexto eleitoral, esses limites assumem especial relevância, pois a divulgação de ações governamentais pode associar realizações da Administração Pública à imagem de agentes políticos, sobretudo quando o gestor pretende concorrer à reeleição ou apoiar determinada candidatura. A distinção entre a divulgação legítima de informações de interesse público e a promoção pessoal torna-se, então, fundamental para a preservação da impessoalidade administrativa e da igualdade de oportunidades entre os candidatos.

Com o propósito de estabelecer limites à atuação dos agentes públicos durante o processo eleitoral, a Lei nº 9.504/1997 prevê, em seu art. 73, condutas vedadas tendentes a afetar a

igualdade de oportunidades entre os concorrentes, entre as quais se destacam o inciso VI, alínea "b", que estabelece restrições à publicidade institucional nos três meses anteriores ao pleito, e o inciso VII, que disciplina os gastos com publicidade dos órgãos públicos em ano eleitoral (BRASIL, 1997). Essas previsões dialogam com a vedação constitucional à promoção pessoal, o que conduz ao seguinte problema de pesquisa: em que medida a exigência de elementos identificadores da gestão, prevista no art. 15, § 2º, da Resolução nº 23.735/2024 do Tribunal Superior Eleitoral (Res.-TSE nº 23.735/2024), relativiza ou tensiona o caráter estritamente objetivo atribuído pelo Tribunal Superior Eleitoral à conduta vedada do art. 73, VI, "b", da Lei nº 9.504/1997 (BRASIL, 1997, 2024a)?

O objetivo geral é analisar os limites da publicidade institucional e da promoção pessoal de agentes públicos no contexto eleitoral, à luz da Constituição Federal e da legislação eleitoral. Especificamente, busca-se examinar os fundamentos constitucionais e administrativistas da publicidade institucional e da vedação à promoção pessoal; compreender as restrições do art. 73, VI, "b", e VII, da Lei nº 9.504/1997; analisar os critérios adotados pela Justiça Eleitoral para identificar a publicidade que ultrapassa os limites legais, inclusive pelo uso de elementos de identidade visual associados a agentes políticos; e verificar se a exigência de elementos identificadores prevista no art. 15, § 2º, da Res.-TSE nº 23.735/2024 é compatível com a natureza objetiva da conduta vedada.

A relevância da pesquisa está em delimitar a fronteira entre o dever de informação da Administração Pública e o uso da publicidade institucional para promoção pessoal, sobretudo diante da associação entre gestores e ações de seus mandatos por meio de cores, símbolos, slogans e outros elementos de identificação institucional.

Quanto à metodologia, a pesquisa adota abordagem qualitativa e se desenvolve em três frentes. A pesquisa bibliográfica abrange a doutrina administrativista (Di Pietro; Bandeira de Mello) e eleitoralista (Gomes; Zilio; Alvim; Agra). A pesquisa normativa compreende a Constituição Federal, a Emenda Constitucional nº 107/2020, a Lei Complementar nº 64/1990, a Lei nº 8.429/1992, a Lei nº 9.504/1997, a Lei nº 12.527/2011, a Lei nº 14.356/2022 e a Res.-TSE nº 23.735/2024, com as alterações promovidas pela Resolução nº 23.757/2026 do Tribunal Superior Eleitoral (Res.-TSE nº 23.757/2026). A pesquisa jurisprudencial foi realizada nas bases oficiais do Tribunal Superior Eleitoral (SJur/TSE) e do Supremo Tribunal Federal (STF), com os descritores "publicidade institucional", "promoção pessoal", "conduta vedada" e "identidade visual", para decisões proferidas entre 2015 e 2026, e complementada pela consulta ao repositório

Temas Selecionados do TSE, que organiza os precedentes por assunto. Da triagem das ementas resultou um corpus de 20 decisões (17 do TSE, 2 do STF e 1 do TRE-AM), selecionadas segundo três critérios: (i) enfrentamento direto do art. 73, VI, "b", ou VII, da Lei nº 9.504/1997, ou do art. 37, § 1º, da Constituição; (ii) disponibilidade da ementa ou do inteiro teor para conferência; e (iii) pertinência com os eixos de análise do artigo (natureza objetiva do ilícito, responsabilidade do gestor, identidade visual e transparência). Foram excluídas as decisões que trataram apenas de questões processuais. Como fonte documental complementar, utilizou-se a cartilha de condutas vedadas da Advocacia-Geral da União, que sistematiza a orientação do TSE para os agentes públicos.

Precedentes anteriores a 2015, como a Consulta 1.271 (TSE, 2006), o RE 191.668 (STF, 2008), o AgR-REspe 26.448 (TSE, 2009) e o AgR-REspe 781985 (TSE, 2011), são utilizados como marcos históricos, por terem fixado orientações ainda reproduzidas pela jurisprudência recente. Quanto ao precedente regional do Tribunal Regional Eleitoral do Amazonas (TRE-AM), utilizou-se a notícia institucional do tribunal, uma vez que não se teve acesso ao inteiro teor da decisão.

O artigo está organizado em três seções de desenvolvimento. A primeira aborda os fundamentos constitucionais e administrativistas da publicidade institucional e da vedação à promoção pessoal. A segunda examina as restrições do art. 73, VI, "b", e VII, da Lei nº 9.504/1997, articuladas com o art. 74 da mesma lei. A terceira analisa a interpretação da Justiça Eleitoral sobre os limites da publicidade institucional, com atenção à tensão entre o caráter objetivo do ilícito e a identificação de elementos de gestão, e propõe sua solução pela leitura do art. 15, § 2º, da Res.-TSE nº 23.735/2024 como regra de prova.

2. A PUBLICIDADE INSTITUCIONAL E A PROMOÇÃO PESSOAL À LUZ DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

A Constituição Federal de 1988 consagra, no art. 37, a publicidade e a impessoalidade como princípios da Administração Pública. A divulgação de atos governamentais, embora necessária ao acesso da sociedade às informações de interesse público, submete-se a limites que impeçam o favorecimento pessoal de agentes públicos, fixados no § 1º do mesmo artigo (BRASIL, 1988).

2.1. DOS FUNDAMENTOS CONSTITUCIONAIS DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

A publicidade constitui um dos princípios fundamentais da Administração Pública, expressamente previsto no art. 37, *caput*, da Constituição Federal de 1988, ao lado da legalidade, impessoalidade, moralidade e eficiência (BRASIL, 1988). Sua observância está diretamente relacionada à transparência da atuação estatal e ao direito da sociedade de conhecer os atos praticados pelo Poder Público, permitindo o acesso às informações de interesse coletivo e o acompanhamento das atividades administrativas. Registre-se que as expressões "publicidade institucional" e "propaganda institucional" são empregadas neste trabalho como sinônimas, tal como ocorre na jurisprudência do TSE, que utiliza ambas para designar a comunicação oficial dos órgãos públicos.

Sob a perspectiva da doutrina administrativista, Di Pietro (2023, p. 83) leciona que o princípio da impessoalidade se desdobra em duas vertentes: a igualdade de tratamento aos administrados e a imputação do ato administrativo ao órgão ou entidade pública, e não à pessoa física do agente que o praticou. É precisamente a regra da imputação do ato ao órgão que fundamenta a vedação do art. 37, § 1º, da CF, impedindo que a atuação estatal seja personalizada pelo governante em exercício (BRASIL, 1988). Na mesma linha, Bandeira de Mello (2023, p. 94) relaciona a impessoalidade à igualdade de tratamento que a Administração deve dispensar a todos os administrados, sem favoritismos nem perseguições, do que decorre a impossibilidade de a máquina pública ser colocada a serviço da projeção pessoal ou política de seus dirigentes.

Na sistematização da Advocacia-Geral da União, a publicidade institucional é aquela de caráter estritamente educativo, informativo ou de orientação social, como exige o art. 37, § 1º, da Constituição (BRASIL, 1988), destinada a dar conhecimento de atos, programas, obras e serviços (BRASIL, 2024d, p. 27). Disso não decorre que toda comunicação estatal seja publicidade: a própria cartilha registra o entendimento do TSE de que "nem toda veiculação de notícia nos sítios mantidos pelos entes públicos na internet tem caráter de publicidade" (BRASIL, 2024d, p. 25), e que atos oficiais ou meramente administrativos não a caracterizam (BRASIL, 2024d, p. 28). A divulgação institucional é, portanto, instrumento submetido a finalidades constitucionalmente determinadas e distinto da simples informação administrativa, distinção decisiva para a tese deste trabalho.

2.2. DA VEDAÇÃO CONSTITUCIONAL À PROMOÇÃO PESSOAL DE AGENTES PÚBLICOS

A promoção pessoal ocorre quando a divulgação de ações governamentais ultrapassa sua finalidade institucional e passa a favorecer a imagem de determinada autoridade, em afronta à impessoalidade, pois as realizações do Poder Público não podem ser apropriadas por seus gestores nem apresentadas como conquistas pessoais.

Nesse sentido, a vedação constitucional não se restringe à utilização expressa do nome ou da imagem de determinada autoridade. A presença de símbolos, slogans e outros elementos de identificação também contribui para a associação entre as realizações governamentais e a figura do agente público. No julgamento do RE 191.668/RS, a 1ª Turma do STF assentou que o art. 37, *caput* e § 1º, da CF impede qualquer tipo de identificação entre a publicidade e os titulares dos cargos, alcançando os partidos políticos a que pertençam, e manteve a condenação do Município de Porto Alegre a abster-se de incluir determinado slogan em sua publicidade oficial (BRASIL, 2008). A extensão desse entendimento às chamadas marcas de governo é leitura deste trabalho, compatível com a razão de decidir do julgado, mas não expressa em sua ementa.

Ademais, na ADI 6.522/DF, de relatoria da Min. Cármen Lúcia, o Plenário do STF declarou inconstitucional norma da Lei Orgânica do Distrito Federal que atribuía a cada Poder a edição dos critérios pelos quais a divulgação de atos, programas, obras ou serviços públicos não seria considerada promoção pessoal, por abrir espaço ao desvio de finalidade. O Tribunal ressalvou, contudo, que a prestação de contas do parlamentar ao cidadão não constitui promoção pessoal vedada, desde que realizada nos espaços próprios do mandatário ou do partido político e custeada com recursos próprios, distinguindo-a da publicidade oficial do órgão público (BRASIL, 2021a).

No âmbito da tutela da probidade administrativa, a Lei nº 14.230/2021 incluiu o inciso XII no art. 11 da Lei nº 8.429/1992 (LIA), tipificando como ato de improbidade administrativa a conduta de "praticar, no âmbito da administração pública e com recursos do erário, ato de publicidade que contrarie o disposto no § 1º do art. 37 da Constituição Federal, de forma a promover inequívoco enaltecimento do agente público e personalização de atos, de programas, de obras, de serviços ou de campanhas dos órgãos públicos" (BRASIL, 1992). A caracterização da improbidade exige dolo, entendido como a vontade livre e consciente de alcançar o resultado ilícito tipificado (art. 1º, §§ 1º a 3º), e, nos tipos do art. 11, a comprovação do fim de obter proveito

ou benefício indevido para si ou para outrem (art. 11, § 1º), exigência que doutrina e jurisprudência vêm denominando dolo específico (BRASIL, 1992). A legislação eleitoral adota lógica diversa. Na conduta vedada, não se investiga o elemento subjetivo do agente, e os sinais que identificam a gestão, por exemplo nomes, marcas, slogans, não funcionam como prova de intenção, mas como prova da natureza publicitária do conteúdo, distinção retomada no item 4.4.

2.3. DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL NO CONTEXTO ELEITORAL

No contexto eleitoral, a publicidade institucional ganha especial relevância por sua aptidão para influenciar a percepção dos eleitores sobre os governantes, o que exige maior atenção em períodos próximos às eleições, sobretudo quando os gestores pretendem disputar novo mandato ou apoiar candidaturas.

Além das restrições genéricas ao desvio de finalidade, o art. 40 da Lei nº 9.504/1997 tipifica como crime o uso, na propaganda eleitoral, de símbolos, frases ou imagens associadas ou semelhantes às empregadas por órgão de governo, empresa pública ou sociedade de economia mista (BRASIL, 1997). O dispositivo alcança o fluxo inverso de apropriação, o transporte de elementos visuais da esfera administrativa oficial para o material de campanha do candidato, visando impedir a confusão entre o Estado e a candidatura do gestor. Na aplicação do dispositivo, o TSE tem distinguido os símbolos oficiais do ente das marcas de governo. Ao responder à Consulta nº 1.271 (rel. Min. Caputo Bastos, DJ de 8.8.2006), assentou que os símbolos nacionais, estaduais e municipais, nos quais se incluem a bandeira e o brasão, não vinculam o candidato à Administração (BRASIL, 2006), orientação reiterada em julgados posteriores, que também recusaram enquadrar a cor isolada no conceito de símbolo do art. 40 (BRASIL, 2026f). Em contrapartida, o uso de símbolo de governo — e não do ente — em campanha pode configurar o ilícito (BRASIL, 2026f). Essa distinção entre símbolo oficial e marca de governo é retomada no item 4.2.

A utilização da publicidade institucional representa risco direto à igualdade de oportunidades entre os candidatos, uma vez que os agentes públicos em exercício dispõem de maior visibilidade institucional e de acesso a instrumentos de comunicação governamental. Gomes (2024, p. 922) é enfático ao afirmar que "a máquina administrativa não pode ser colocada a serviço de candidaturas no processo eleitoral", sob pena de desequilibrar o pleito e ferir a isonomia entre os candidatos. Alvim (2024, p. 113-134), por sua vez, situa a igualdade de

oportunidades entre os candidatos no conteúdo mínimo da legitimidade eleitoral, de modo que o uso de recursos e estruturas estatais em favor de interesses eleitorais compromete não apenas o equilíbrio da disputa, mas a própria legitimidade do resultado.

3. DAS RESTRIÇÕES À PUBLICIDADE INSTITUCIONAL EM ANO ELEITORAL: ANÁLISE DO ART. 73, VI, "b", E VII, DA LEI Nº 9.504/1997

A Lei nº 9.504/1997 restringe a atuação dos agentes públicos no processo eleitoral para impedir que o exercício de funções administrativas e o uso de recursos públicos comprometam a igualdade de oportunidades entre os candidatos (BRASIL, 1997).

3.1. DAS CONDUTAS VEDADAS E AS CONSEQUÊNCIAS DO ART. 74 DA LEI Nº 9.504/1997

Nos termos do § 1º do art. 73 da Lei nº 9.504/1997, considera-se agente público quem exerce mandato, cargo, emprego ou função nas entidades estatais, ainda que temporariamente ou sem remuneração (BRASIL, 1997). Conforme lição de Zilio (2024, p. 808), as condutas vedadas consubstanciam espécies tipificadas de abuso de poder político. Alvim (2024, p. 209-233) trata o abuso de poder político como forma típica de abuso nas competições eleitorais, quadro no qual as condutas vedadas operam como hipóteses legalmente delimitadas, voltadas à proteção da igualdade de oportunidades entre os competidores.

A articulação entre a vedação constitucional e as sanções eleitorais é feita pelo art. 74 da Lei nº 9.504/1997, segundo o qual a infringência ao art. 37, § 1º, da Constituição configura abuso de autoridade para os fins do art. 22 da Lei Complementar nº 64/1990, ficando o responsável, se candidato, sujeito ao cancelamento do registro ou do diploma (BRASIL, 1997). O dispositivo não se limita ao período anterior ao trimestre: fora dos três meses que antecedem o pleito, a conduta vedada do art. 73, VI, "b", não incide, mas a promoção pessoal custeada pelo erário pode ser apurada como abuso; dentro do trimestre, o mesmo fato pode configurar, simultaneamente, a conduta vedada e o abuso de autoridade do art. 74, este apurado por meio de Ação de Investigação Judicial Eleitoral (AIJE). As vias, portanto, não se excluem. Na AIJE, a cassação depende da gravidade das circunstâncias que caracterizam o ato abusivo, não se considerando a potencialidade de o fato alterar o resultado da eleição (art. 22, XVI, da LC nº 64/1990) (BRASIL, 1990).

Quanto às sanções do art. 73, a multa incide pela prática da conduta (§ 4º) e alcança os agentes responsáveis e os partidos, coligações e candidatos que dela se beneficiarem (§ 8º) (BRASIL, 1997). A cassação do registro ou do diploma (§ 5º), por sua vez, submete-se a juízo de proporcionalidade: exige-se gravidade suficiente para comprometer a normalidade e a legitimidade do pleito, aferida em seus aspectos qualitativo e quantitativo (art. 20, § 5º, da Res.-TSE nº 23.735/2024), sem necessidade de demonstrar que o resultado da eleição seria alterado (BRASIL, 1990, 2024a, 2024b, 2025a).

3.2. DA VEDAÇÃO À PUBLICIDADE INSTITUCIONAL NO PERÍODO QUE ANTECEDE O PLEITO (ART. 73, VI, "b")

O art. 73, inciso VI, alínea "b", da Lei nº 9.504/1997 estabelece que, nos três meses anteriores ao pleito, é vedado aos agentes públicos autorizar publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos (BRASIL, 1997). A norma admite apenas duas exceções expressas: a propaganda de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado e os casos de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral (BRASIL, 1997).

Nos termos do art. 73, § 3º, da Lei nº 9.504/1997, a proibição do inciso VI, "b", aplica-se exclusivamente aos agentes públicos das esferas administrativas cujos cargos estejam em disputa na eleição (BRASIL, 1997, 2015b). Assim, em eleições municipais, a vedação incide sobre os agentes municipais; nas eleições gerais, alcança as esferas federal e estadual. Conforme aponta Agra (2024, p. 393), a vedação incide independentemente do caráter educativo ou informativo da peça publicitária e estende-se às publicidades autorizadas antes do período proibido cuja veiculação permaneça no trimestre vedado. Essa irrelevância, contudo, diz respeito ao conteúdo que já se qualifica como publicidade institucional, e não à mera informação administrativa, examinada ao final deste item. Essa obrigação de remoção ou adequação de conteúdos está positivada no art. 15, § 3º, da Res.-TSE nº 23.735/2024, na redação dada pela Res.-TSE nº 23.757/2026, que impõe aos órgãos públicos a adequação de sítios eletrônicos e canais oficiais "ainda que a divulgação tenha sido autorizada em momento anterior" (BRASIL, 2024a, 2026a).

No tocante às placas de obras públicas, a jurisprudência distingue as placas estritamente informativas daquelas que contêm elementos de identificação da gestão. Desde o AgR-REspe nº 26.448 (rel. Min. Ricardo Lewandowski, j. 14.4.2009), o TSE admite a permanência de placas

de obras públicas que tenham caráter apenas informativo, mas considera publicidade vedada a manutenção, no trimestre, daquelas que contenham expressões capazes de identificar autoridades, servidores ou administrações cujos cargos estejam em disputa (BRASIL, 2009). Em sentido restritivo, no AgR-REspe nº 294-11/ES (rel. Min. Edson Fachin, j. 5.11.2019), o Tribunal considerou conduta vedada a manutenção, no período vedado, de placa informando que a obra fora realizada em parceria com outro ente (BRASIL, 2019b). No RO-El nº 176880 (rel. Min. Edson Fachin, j. 25.3.2021), reconheceu a ilicitude da publicidade comprovada pelo uso de maquinário adesivado com slogan promotor da imagem do governo do Estado e pela instalação de placas que atribuíam obras aos governos estadual e municipal, ressaltando que entendimento diverso abriria "inaceitável flanco para burlas", permitindo que a imagem de gestores candidatos fosse impulsionada por correligionários de outras esferas da Federação (BRASIL, 2021b). Os precedentes indicam, assim, que a neutralidade da placa é aferida caso a caso, a partir dos elementos de identificação que ela contém.

Por fim, a restrição temporal convive com o dever de transparência ativa imposto pela Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011) (BRASIL, 2011a). No R-Rp nº 177034 (rel. Min. Luís Roberto Barroso, j. 8.8.2019), o TSE afirmou que o art. 73, VI, "b", não suprime o princípio da publicidade, mas apenas o mitiga, a fim de garantir a higidez do processo eleitoral, e que a restrição temporal concretiza a ponderação entre a transparência dos atos do poder público (art. 37, *caput*, da CF) e a isonomia entre os candidatos (art. 14, *caput*, da CF). O mesmo julgado advertiu, porém, que a invocação da transparência não basta para afastar a ilicitude de conduta que descumpre frontalmente a regra legal (BRASIL, 2019c), o que confirma que o critério relevante não é o rótulo atribuído ao conteúdo, mas sua natureza de publicidade ou de informação. A própria Res.-TSE nº 23.735/2024 confirma essa leitura ao dispor, no art. 15, § 4º, que não configura publicidade institucional vedada a manutenção de sítios e páginas de internet para estrito cumprimento do art. 48-A da Lei Complementar nº 101/2000, dos arts. 8º e 10 da Lei nº 12.527/2011 e do § 2º do art. 29 da Lei nº 14.129/2021, observados os §§ 2º e 3º do mesmo artigo (BRASIL, 2024a). Disso se extrai que a divulgação de dados administrativos essenciais à transparência, desprovida de caráter publicitário ou promocional, permanece lícita no trimestre.

3.3. DOS LIMITES DAS DESPESAS COM PUBLICIDADE INSTITUCIONAL EM ANO ELEITORAL (ART. 73, VII)

Além das restrições temporais, o art. 73, inciso VII, da Lei nº 9.504/1997 limita os gastos públicos com comunicação governamental (BRASIL, 1997). A redação conferida pela Lei nº 14.356/2022 estabelece que, no primeiro semestre do ano eleitoral, as despesas empenhadas e não canceladas com publicidade institucional não podem exceder a seis vezes a média mensal dos valores empenhados e não cancelados nos três anos anteriores (BRASIL, 2022a).

A evolução legislativa alterou significativamente a sistemática de apuração: enquanto a regra anterior (dada pela Lei nº 13.165/2015) baseava-se nos gastos realizados no primeiro semestre dos três anos anteriores, a alteração de 2022 adotou o estágio orçamentário do empenho e passou a calcular o teto a partir da média mensal do triênio anterior, com os gastos reajustados pelo IPCA (art. 73, § 14, da Lei nº 9.504/1997, incluído pela Lei nº 14.356/2022) (BRASIL, 1997, 2022a).

A aplicação do novo regime às eleições de 2022 foi apreciada pelo Supremo Tribunal Federal nas ADIs 7.178 e 7.182 (BRASIL, 2023). Sem declarar a inconstitucionalidade da Lei nº 14.356/2022, o Plenário conferiu interpretação conforme à Constituição para afastar a aplicação das alterações ao pleito daquele ano, com fundamento no art. 16 da Constituição (anterioridade eleitoral), por entender que modificações nas regras de contenção de gastos com publicidade institucional repercutem diretamente na isonomia e na paridade de armas (BRASIL, 1988, 2022a, 2023).

Como hipótese deste trabalho, sustenta-se que o marco do empenho tende a tornar a fiscalização mais objetiva, ao vincular o limite ao montante formalmente comprometido no primeiro semestre do ano eleitoral. A hipótese comporta ressalvas: empenhos cancelados posteriormente e a distinção entre restos a pagar processados e não processados ainda suscitam dúvidas sobre o valor a computar, o que recomenda seu exame à luz das orientações dos tribunais de contas e da doutrina de direito financeiro.

Registre-se, por fim, o contraste entre os dois incisos examinados. O inciso VII adota critério puramente quantitativo, aferido pela comparação de valores empenhados, que dispensa qualquer exame do conteúdo divulgado. O inciso VI, "b", ao contrário, pressupõe que se qualifique previamente o conteúdo como publicidade institucional — e é nessa qualificação, e

não na natureza objetiva do ilícito, que reside a dificuldade interpretativa examinada na seção seguinte.

4. DOS LIMITES DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL E DA PROMOÇÃO PESSOAL À LUZ DA JURISPRUDÊNCIA ELEITORAL

A identificação de irregularidades na comunicação social do Estado exige a análise dos critérios adotados pelos tribunais eleitorais no confronto entre a finalidade informativa e o favorecimento político de candidaturas.

4.1. DOS CRITÉRIOS JURISPRUDENCIAIS E A TENSÃO DA CONDUTA VEDADA

A jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral assentou que a caracterização da conduta vedada prevista no art. 73, VI, "b", da Lei nº 9.504/1997 possui natureza objetiva, bastando a veiculação da publicidade no período proibido para que restem configuradas a infração e a responsabilidade dos beneficiários (BRASIL, 2022b, 2024c, 2025b):

> Eleições 2022. Governador e vice-governador. [...] Manutenção de propaganda institucional em página oficial do governo na internet durante o período vedado. Acesso alegadamente restrito ao público. [...] Responsabilização dos beneficiários da conduta. [...] 2. O acórdão recorrido está em conformidade com a jurisprudência do TSE, orientada no sentido de que a configuração da hipótese prevista no art. 73, VI, b, da Lei n. 9.504/1997 se dá com a simples divulgação da publicidade independentemente da finalidade eleitoral, impondo a responsabilização dos beneficiários da conduta. [...]. (BRASIL, 2024c).

Igual orientação foi aplicada à exibição de mídias físicas em período defeso, como outdoors de obras municipais: o TSE reiterou que a configuração da conduta dispensa menção expressa ao agente público ou à eleição, bastando que a mensagem tenha sido veiculada nos três meses anteriores ao pleito, fora das exceções legais (BRASIL, 2022b). A responsabilidade do Chefe do Poder Executivo, por sua vez, decorre de seu dever de fiscalização sobre os canais institucionais:

> Eleições 2024. [...] Conduta vedada. Art. 73, VI, b, da Lei n. 9.504/1997. Caracterização. Prefeito e vice-prefeito, pré-candidato a prefeito. Permanência de publicidade institucional em redes sociais da prefeitura. Período vedado. Responsabilidade do gestor público e do candidato beneficiado. [...] 8. A orientação do Tribunal de origem está em consonância com a jurisprudência desta Corte Superior, firmada no sentido de que o chefe do Poder Executivo, ainda que não tenha autorizado a manutenção da publicidade institucional em período proscrito, é por ela responsável, porquanto tem o dever de zelar pela efetiva fiscalização e cumprimento das determinações legais. [...] (BRASIL, 2025b).

Contudo, observa-se uma tensão dogmática entre o caráter objetivo conferido ao dispositivo legal e o regramento editado pela própria Corte Eleitoral. O art. 20, § 1º, da Res.-TSE nº 23.735/2024 reafirma que as condutas vedadas possuem natureza objetiva (BRASIL, 2024a). Todavia, o art. 15, § 2º, do mesmo diploma prevê que a publicidade vedada 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" (BRASIL, 2024a).

A jurisprudência do TSE reflete essa aparente contradição. Em julgados mais rigorosos, a Corte afirma que toda e qualquer publicidade institucional veiculada no trimestre configura o ilícito (BRASIL, 2020b, 2026b). Em contrapartida, em julgado de 2026, o Tribunal assentou que a presença da logomarca do município não gera, automaticamente, a ilicitude da veiculação, exigindo-se elementos de contexto que remetam à gestão governamental em disputa (BRASIL, 2026c). A qualificação dessa logomarca como sinal oficial neutro, distinto da marca de governo, é leitura deste trabalho. A solução proposta para essa tensão é desenvolvida no item 4.4.

Outro ponto relevante reside na distinção entre postagens em perfis institucionais e publicações em perfis pessoais dos gestores. Em 2019, o TSE afirmou que a ausência de dispêndio de recursos públicos, por si só, não afasta a conduta vedada praticada em perfil pessoal (BRASIL, 2019a). Em 2026, diversamente, assentou que a mera veiculação de atos governamentais em conta privada mantida pelo próprio político, sem indício de utilização de verbas ou servidores públicos, não configura publicidade institucional vedada (BRASIL, 2026d). Há, portanto, divergência entre os precedentes quanto ao peso do custeio público na caracterização do ilícito em perfis pessoais, questão retomada no item 4.4.

4.2. DA IDENTIDADE VISUAL DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E A ASSOCIAÇÃO AO AGENTE POLÍTICO

A identidade visual abrange o conjunto de marcas, logotipos, padrões cromáticos e slogans empregados pelo ente público. Em julgamento referente às eleições municipais de 2016, o TSE reconheceu a conduta vedada na aplicação, em bens e serviços do Município de Nova Iguaçu/RJ, das cores e do novo símbolo associados à pessoa do prefeito, que permaneceram durante o período vedado:

> Eleições 2016 [...] Publicidade institucional em período vedado. Art. 73, VI, b, da Lei das eleições [...]. Identificação de bens e de serviços públicos com a logomarca e as cores da gestão. Associação à pessoa do prefeito. Permanência durante o período eleitoral. [...] 1. [...] o ora agravante se utilizou da máquina pública para estampar em todos os

> bens e serviços do Município de Nova Iguaçu/RJ as cores e o novo símbolo associados a sua pessoa enquanto prefeito, em estado de permanência, concretizando a prática de publicidade institucional em período vedado. [...] (BRASIL, 2020b).

A valoração distingue os símbolos oficiais (brasão, bandeira e cores instituídos por lei local) das marcas de governo criadas para identificar uma gestão temporária. No AgR-AI nº 95281/MG (rel. Min. Luiz Fux, j. 21.5.2015), o TSE assentou que a conduta vedada do art. 73, VI, "b", se aperfeiçoa sempre que o agente público utiliza as cores da agremiação partidária a que pertence, em vez das cores oficiais do ente federativo, em bens de uso comum, com o intuito de favorecer candidatura própria ou de correligionários (BRASIL, 2015a). O precedente evidencia que a cor, irrelevante quando isolada para fins do art. 40, torna-se elemento identificador quando substitui o padrão oficial do ente pelo padrão do partido do gestor.

Semelhante raciocínio incide sobre a manutenção de slogans da gestão em bens públicos e mídias eletrônicas. Em julgado de 2025, o TSE reconheceu a ilicitude em razão do destaque conferido ao slogan de campanha em placa de obra pública, que vinculava a obra ao então gestor municipal (BRASIL, 2025c). Em outro, combinaram-se slogan, brasão e imagens dos agentes:

> Eleições 2024. [...] Conduta vedada. Art. 73, IV [sic], b, da Lei n. 9.504/1997. Publicidade institucional. Período vedado. Uso de slogan e logomarca. Configuração. [...] 4. Segundo o TRE/SE, os representados mantiveram em bens do domínio público, durante o período defeso, publicidade com o slogan 'o progresso não pode parar' e o brasão do município. Além disso, publicaram fotos no site oficial da prefeitura com a logomarca da atual administração e imagem dos agravantes distribuindo cestas básicas à população, circunstância que configura a conduta vedada do art. 73, VI, b, da Lei n. 9.504/1997. [...] (BRASIL, 2025d).

Os julgados permitem extrair um critério. O símbolo oficial do ente, isoladamente, não identifica a gestão em disputa (BRASIL, 2026c) — orientação que, no campo do art. 40, também se observa quanto à bandeira e ao brasão (BRASIL, 2006, 2026f). Já a marca de governo, o slogan da gestão, as cores partidárias e a imagem do agente identificam a administração e atraem a incidência do art. 73, VI, "b" (BRASIL, 2015a, 2020b, 2021b, 2025c, 2025d). No mesmo sentido, a orientação da Advocacia-Geral da União aponta como indevido o uso de "símbolos, sinais, logomarcas, slogans que possam remeter o eleitor a autoridade em campanha eleitoral" (BRASIL, 2024d, p. 29). O símbolo oficial pode, ainda assim, integrar publicidade vedada quando associado a elementos promocionais, como no caso sergipano, em que o brasão aparecia ao lado do slogan da gestão e de imagens dos agentes (BRASIL, 2025d).

4.3. DA APLICAÇÃO EXCEPCIONAL DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL: A DECISÃO DO TRE-AM

O art. 73, VI, "b", da Lei nº 9.504/1997 autoriza a veiculação de publicidade institucional no trimestre proibido em casos de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral (BRASIL, 1997). A jurisprudência do TSE exige que esse reconhecimento seja prévio à divulgação da publicidade (BRASIL, 2011b, 2020b). Situação distinta ocorreu em 2020: a Emenda Constitucional nº 107/2020 autorizou diretamente a publicidade institucional destinada ao enfrentamento da pandemia de covid-19 no segundo semestre daquele ano, ressalvada a apuração de eventual abuso, sem pedido à Justiça Eleitoral (BRASIL, 2020a). Trata-se de exceção de origem constitucional, e não de reconhecimento judicial prévio.

No âmbito regional, segundo notícia institucional divulgada pelo Tribunal Regional Eleitoral do Amazonas, o Plenário da Corte, na 92ª Sessão Ordinária, realizada em 20 de outubro de 2026, no julgamento da Petição Cível nº 0602360-28.2026.6.04.0000, autorizou o Governo do Estado a divulgar em seus canais oficiais, até 25 de outubro de 2026, informações de utilidade pública sobre a estiagem e os incêndios florestais, como dados sobre a qualidade do ar, alertas da Defesa Civil, níveis dos rios e pontos de distribuição de água (BRASIL, 2026e). Conforme a notícia, a autorização vedou a inclusão de nomes, imagens, vozes, marcas ou símbolos que permitam identificar autoridades, a atual gestão governamental ou candidatos, bem como a publicidade institucional de caráter ordinário, o enaltecimento de ações do governo e referências ao pleito em curso. Ressalva-se que esses dados foram extraídos da comunicação institucional do tribunal, e não do inteiro teor da decisão.

As condicionantes noticiadas convergem com o art. 15, § 2º, da Res.-TSE nº 23.735/2024 (BRASIL, 2024a): ao afastar qualquer sinal distintivo da gestão, a decisão preservou o dever de informação em situação de emergência sem risco de promoção pessoal no período crítico da disputa.

4.4. DA NATUREZA PROBATÓRIA DO ART. 15, § 2º, DA RES.-TSE Nº 23.735/2024

A tensão identificada no item 4.1 resolve-se pela natureza da norma regulamentar. O art. 73, VI, "b", da Lei nº 9.504/1997 não exige, para a configuração do ilícito, elemento identificador da gestão: basta que haja publicidade institucional autorizada ou mantida no trimestre que antecede o pleito (BRASIL, 1997). O art. 105 da mesma lei, por sua vez, autoriza o TSE a expedir

as instruções necessárias à fiel execução da lei, atendendo ao caráter regulamentar e sem restringir direitos ou estabelecer sanções distintas das nela previstas (BRASIL, 1997). Ler o § 2º do art. 15 da resolução como requisito adicional do ilícito significaria admitir que a norma regulamentar passou a exigir elemento que o legislador não previu, restringindo o alcance da vedação legal — o que extrapolaria o poder regulamentar.

A redação do dispositivo aponta outra leitura. O § 2º afirma que a publicidade vedada "é comprovada" pela indicação de nomes, slogans, símbolos, expressões, imagens ou outros elementos que permitam identificar a gestão em disputa (BRASIL, 2024a). Trata-se de linguagem probatória, e não de descrição típica: o dispositivo indica o meio mais frequente de demonstrar que determinado conteúdo constitui publicidade institucional — e não mera informação administrativa —, sem excluir outras formas de prova. Assim compreendido, convive com o art. 20, § 1º, da mesma resolução, que reafirma a natureza objetiva das condutas vedadas (BRASIL, 2024a): uma vez qualificado o conteúdo como publicidade, sua veiculação no trimestre basta para o ilícito, independentemente de finalidade eleitoral.

Essa leitura explica a aparente oscilação jurisprudencial descrita no item 4.1. Quando o TSE afirma que toda e qualquer publicidade institucional é vedada no trimestre (BRASIL, 2020b, 2026b), refere-se a conteúdo já qualificado como publicidade; quando exige elementos de contexto para reconhecer o ilícito diante da logomarca do município (BRASIL, 2026c), está decidindo se aquele conteúdo chega a ser publicidade. São juízos distintos — a qualificação do conteúdo e a consequência de sua veiculação —, e não critérios contraditórios. O critério material extraído no item 4.2 opera no primeiro plano; a natureza objetiva do ilícito, no segundo.

O mesmo raciocínio permite enfrentar a divergência sobre perfis pessoais. Propõe-se que o custeio público não seja, isoladamente, o fator decisivo: o que importa é se o conteúdo veiculado no perfil privado tem natureza de publicidade institucional, o que se demonstra pela presença de elementos que identificam a gestão, como marcas de governo, slogans ou material produzido pela estrutura estatal. Presentes esses elementos, a ausência de dispêndio não afasta a conduta, como afirmado em 2019 (BRASIL, 2019a); ausentes, a divulgação de atos de governo em conta pessoal aproxima-se da manifestação política ordinária do agente, como reconhecido em 2026 (BRASIL, 2026d). Nessa perspectiva, os dois precedentes podem ser compatibilizados, sem que se precise optar por um deles.

A decisão do TRE-AM (item 4.3) ilustra o critério em sentido inverso: ao condicionar a divulgação à supressão dos elementos identificadores da gestão, o tribunal manteve o conteúdo no campo da informação, e não da publicidade promocional (BRASIL, 2026e).

5. CONCLUSÃO

A pesquisa analisou os limites entre a publicidade institucional legítima e a promoção pessoal de agentes públicos no cenário eleitoral, à luz dos arts. 37, § 1º, da CF/1988 e 73, VI, "b", e VII, da Lei nº 9.504/1997 (BRASIL, 1988, 1997).

Diante do problema de pesquisa, constatou-se que a referência a elementos identificadores da gestão, prevista no art. 15, § 2º, da Res.-TSE nº 23.735/2024, não relativiza o caráter objetivo da conduta vedada do art. 73, VI, "b", da Lei nº 9.504/1997. Como demonstrado no item 4.4, o dispositivo opera como regra de prova, e não como requisito adicional do ilícito, leitura que preserva os limites do poder regulamentar fixados no art. 105 da Lei das Eleições (BRASIL, 1997, 2024a).

Verificou-se, ainda, que a jurisprudência do TSE permite extrair um critério material de identificação: o símbolo oficial do ente, isoladamente, não identifica a gestão, ao passo que marcas de governo, slogans, cores partidárias e imagens de agentes a identificam (item 4.2). Esse critério distingue a publicidade institucional da informação de transparência ativa, que não é alcançada pela vedação (BRASIL, 2024a, 2024d), e permite compatibilizar precedentes aparentemente divergentes, como os relativos a perfis pessoais de gestores. A tensão apontada na introdução decorre, portanto, da confusão entre a qualificação do conteúdo como publicidade e a consequência objetiva de sua veiculação.

Assim, a observância dos arts. 73, VI, "b", e VII, e 74 da Lei nº 9.504/1997, aliada aos parâmetros da Res.-TSE nº 23.735/2024, assegura o equilíbrio necessário entre o direito da população à informação e a preservação da isonomia no pleito eleitoral (BRASIL, 1997, 2024a). Reconhece-se, como limite deste estudo, que o exame aprofundado da relação entre o poder regulamentar do TSE e o art. 105 da Lei das Eleições ultrapassa o escopo deste artigo e merece investigação específica.

REFERÊNCIAS

AGRA, W. M. **Manual prático de direito eleitoral**. 5. ed. Belo Horizonte: Fórum, 2024.

ALVIM, F. F. **Abuso de poder nas competições eleitorais**. 2. ed. Belo Horizonte: Fórum, 2024.

BANDEIRA DE MELLO, C. A. **Curso de direito administrativo**. 36. ed. Belo Horizonte: Fórum, 2023.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 26 out. 2026.

BRASIL. **Emenda Constitucional nº 107, de 2 de julho de 2020**. Adia, em razão da pandemia da Covid-19, as eleições municipais de outubro de 2020 e os prazos eleitorais respectivos. Brasília, DF: Congresso Nacional, [2020a]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc107.htm. Acesso em: 5 nov. 2026.

BRASIL. **Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990**. Estabelece, de acordo com o art. 14, § 9º, da Constituição Federal, casos de inelegibilidade, prazos de cessação e determina outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp64.htm. Acesso em: 5 nov. 2026.

BRASIL. **Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992**. Dispõe sobre as sanções aplicáveis em virtude da prática de atos de improbidade administrativa. Brasília, DF: Presidência da República, 1992. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8429.htm. Acesso em: 26 out. 2026.

BRASIL. **Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997**. Estabelece normas para as eleições. Brasília, DF: Presidência da República, 1997. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm. Acesso em: 26 out. 2026.

BRASIL. **Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011**. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal. Brasília, DF: Presidência da República, [2011a]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm. Acesso em: 5 nov. 2026.

BRASIL. **Lei nº 14.356, de 31 de maio de 2022**. Altera a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. Brasília, DF: Presidência da República, [2022a]. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2022/lei/l14356.htm. Acesso em: 26 out. 2026.

BRASIL. Advocacia-Geral da União. **Condutas vedadas aos agentes públicos federais em eleições 2024**: com decisões da Comissão de Ética Pública da Presidência da República. 10. ed., rev. e atual. Brasília, DF: AGU, [2024d]. 79 p.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 6.522/DF**. Relatora: Min. Cármen Lúcia. Plenário, julgamento virtual finalizado em 14 maio 2021. Brasília, DF: STF, [2021a].

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Ações Diretas de Inconstitucionalidade nºs 7.178 e 7.182/DF**. Relator: Min. Dias Toffoli. Plenário, julgado em 16 dez. 2022. Diário da Justiça Eletrônico, Brasília, DF, 7 mar. 2023.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Recurso Extraordinário nº 191.668/RS**. Relator: Min. Menezes Direito. Primeira Turma, julgado em 15 abr. 2008. Diário da Justiça Eletrônico, Brasília, DF, 30 maio 2008.

BRASIL. Tribunal Regional Eleitoral do Amazonas. **TRE-AM autoriza propaganda institucional de utilidade pública sobre estiagem e queimadas no Amazonas**. Manaus: TRE-AM, [2026e]. Notícia publicada em 20 out. 2026. Disponível em: https://www.tre-am.jus.br/comunicacao. Acesso em: 5 nov. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Agravo em Recurso Especial Eleitoral nº 0600061-85/MG**. Relator: Min. Sérgio Banhos. Julgado em: 26 maio 2022. Brasília, DF: TSE, [2022b]. Disponível em: https://sjur-servicos.tse.jus.br. Acesso em: 26 out. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Agravo Regimental em Agravo de Instrumento nº 3994/BA**. Relator: Min. Og Fernandes. Julgado em: 13 ago. 2019. Brasília, DF: TSE, [2019a].

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Agravo Regimental em Agravo de Instrumento nº 95281/MG**. Relator: Min. Luiz Fux. Julgado em: 21 maio 2015. Brasília, DF: TSE, [2015a]. Publicado no DJe de 4 set. 2015, p. 310-311.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Agravo Regimental em Agravo de Instrumento nº 491-30/RJ**. Relator: Min. Edson Fachin. Julgado em: 1 jul. 2020. Brasília, DF: TSE, [2020b]. Disponível em: https://sjur-servicos.tse.jus.br/sjur-servicos/rest/download/pdf/1174847. Acesso em: 26 out. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Agravo Regimental em Agravo em Recurso Especial Eleitoral nº 0600030-69/SP**. Relator: Min. Nunes Marques. Julgado em: 7 abr. 2026. Brasília, DF: TSE, [2026b].

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Agravo Regimental em Agravo em Recurso Especial Eleitoral nº 0600070-34/SP**. Relator: Min. Floriano de Azevedo Marques. Julgado em: 22 maio 2025. Brasília, DF: TSE, [2025b]. Disponível em: https://sjur-servicos.tse.jus.br/sjur-servicos/rest/download/pdf/3429491. Acesso em: 26 out. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Agravo Regimental em Agravo em Recurso Especial Eleitoral nº 0600091-17/MG**. Relator: Min. Nunes Marques. Julgado em: 9 out. 2025. Brasília, DF: TSE, [2025c]. Disponível em: https://sjur-servicos.tse.jus.br/sjur-servicos/rest/download/pdf/3469533. Acesso em: 26 out. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Agravo Regimental em Agravo em Recurso Especial Eleitoral nº 0600480-08/SP**. Relator: Min. André Mendonça. Julgado em: 12 jun. 2025. Brasília, DF: TSE, [2025a].

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Agravo Regimental em Agravo em Recurso Especial Eleitoral nº 0607979-63/DF**. Relator: Min. Nunes Marques. Julgado em: 15 ago. 2024. Brasília,

DF: TSE, [2024c]. Disponível em: https://sjur-servicos.tse.jus.br/sjur-servicos/rest/download/pdf/3333187. Acesso em: 26 out. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº 0600032-66/SE**. Relator: Min. Floriano de Azevedo Marques. Julgado em: 7 abr. 2026. Brasília, DF: TSE, [2026d].

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº 0600052-38/MG**. Relator: Min. Antonio Carlos Ferreira. Julgado em: 14 maio 2026. Brasília, DF: TSE, [2026c].

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº 0600208-42/SE**. Relatora: Min. Isabel Gallotti. Julgado em: 23 jun. 2025. Brasília, DF: TSE, [2025d]. Disponível em: https://sjur-servicos.tse.jus.br/sjur-servicos/rest/download/pdf/3436179. Acesso em: 26 out. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº 294-11/ES**. Relator: Min. Edson Fachin. Julgado em: 5 nov. 2019. Brasília, DF: TSE, [2019b]. Publicado no DJe de 5 fev. 2020.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Agravo Regimental no Recurso Especial Eleitoral nº 26.448**. Relator: Min. Ricardo Lewandowski. Julgado em: 14 abr. 2009. Brasília, DF: TSE, 2009.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº 781985/MG**. Relator: Min. Arnaldo Versiani. Julgado em: 8 set. 2011. Brasília, DF: TSE, [2011b].

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Consulta nº 1.271**. Relator: Min. Caputo Bastos. Diário da Justiça, Brasília, DF, 8 ago. 2006.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Recurso Especial Eleitoral nº 108739/SP**. Relatora: Min. Luciana Lóssio. Julgado em: 24 set. 2015. Brasília, DF: TSE, [2015b].

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Recurso Especial Eleitoral nº 0600564-30/SP**. Relator: Min. Floriano de Azevedo Marques. Julgado em: 15 ago. 2024. Brasília, DF: TSE, [2024b].

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Recurso Ordinário Eleitoral nº 176880/PR**. Relator: Min. Edson Fachin. Julgado em: 25 mar. 2021. Brasília, DF: TSE, [2021b].

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Recurso na Representação nº 177034/DF**. Relator: Min. Luís Roberto Barroso. Julgado em: 8 ago. 2019. Brasília, DF: TSE, [2019c].

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.735, de 27 de fevereiro de 2024**. Dispõe sobre os ilícitos eleitorais. Brasília, DF: TSE, [2024a].

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução nº 23.757, de 2 de março de 2026**. Altera a Resolução nº 23.735/TSE, de 27 de fevereiro de 2024, que dispõe sobre ilícitos eleitorais. Brasília, DF: TSE, [2026a]. Disponível em: https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2026/resolucao-no-23-757-de-2-de-marco-de-2026. Acesso em: 5 nov. 2026.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Temas selecionados**: símbolo nacional, estadual e municipal – uso. Brasília, DF: TSE, [2026f]. Disponível em: https://temasselecionados.tse.jus.br/temas-selecionados/propaganda-eleitoral/simbolo-nacional-estadual-e-municipal-2013-uso. Acesso em: 5 nov. 2026.

DI PIETRO, M. S. Z. **Direito administrativo**. 36. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2023.

GOMES, J. J. **Direito eleitoral**. 20. ed. rev., atual. e ref. Barueri: Atlas, 2024.

ZILIO, R. L. **Manual de direito eleitoral**. 10. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: JusPodivm, 2024.