

Gastos com publicidade em ano eleitoral – conflito existente entre a Lei 9.504/1997 e a nova Lei 13.303/2016

Fernando Bueno de Castro e Doacir Gonçalves de Quadros

Resumo

Este artigo visa analisar o limite de gastos para realização de publicidade em ano eleitoral no âmbito das empresas públicas e das sociedades de economia mista sob a ótica das Leis 9.504/1997 e 13.303/2016. Para tanto, será analisada a aplicação da legislação mais recente e especial em face da lei geral, bem como a aplicação do instituto da derrogação tácita, nos moldes do contido na Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro (LINDB). Em suma, analisar-se-á também os aspectos formais aplicáveis à contratação de publicidade institucional para subsunção aos dispositivos legais aplicáveis. Adotou-se na pesquisa a metodologia referencial bibliográfica, utilizando-se de livros, artigos e obras que versam a respeito do tema estudado e da legislação brasileira.

Palavras-chave: Direito Eleitoral; publicidade institucional; empresas públicas e sociedades de economia mista; limite de gastos; leis 9.504/1997 e 13.303/2016.

Abstract

This study analyzes the spending limit for advertising in an election year in the scope of public and mixed economy companies in light of Laws 9,504/97 and 13,303/16. To this end, the application of the most recent and special legislation will be analyzed in relation to the general law, as well as the doctrine of revocation, as contained in the Law of Introduction to the Brazilian Legal Standards (LINDB). It will also analyze the

Sobre os autores

Fernando Bueno de Castro é mestrando junto ao Programa de Mestrado Acadêmico em Direito do Centro Universitário Internacional (Uninter) e integrante do Grupo de Pesquisa “Justiça e poder político: a relação entre o campo jurídico e o campo político e a apropriação do direito como recurso de luta política” (Uninter). E-mail: fernandocastro0712@gmail.com

Doacir Gonçalves de Quadros é Doutor em Sociologia pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), professor de Ciência Política e do Programa de Mestrado Acadêmico em Direito do Centro Universitário Internacional (Uninter) e coordenador do Grupo de Pesquisa “Justiça e poder político: a relação entre o campo jurídico e o campo político e a apropriação do direito como recurso de luta política” (Uninter). E-mail: dgquadros2001@yahoo.com.br

formal aspects applicable to the contracting of institutional advertising for subsumption to the applicable legal provisions. This literature review used books, articles and other documents that address the topic under study and the Brazilian legislation.

Keywords: Electoral Law; institutional advertising; public companies and mixed economy companies; spending limit; Laws 9,504/1997 and 13,303/2016.

Artigo recebido em 15 de fevereiro de 2022 e aprovado pelo Conselho Editorial em 25 de fevereiro de 2022.

Introdução

Inequivocadamente, a Lei das Eleições estabeleceu limites e prazos para a realização de publicidade pelos agentes públicos *lato sensu*, os quais foram adotados de forma ampla e irrestrita, tanto pela doutrina quanto pela jurisprudência.

Não se busca discutir a possibilidade de correção de tal dispositivo, inserido no Art. 73º, inciso VII, mas sim lançar luz sob o prisma da edição de nova legislação especial que alterou a matéria no âmbito das empresas estatais. Ela é decorrente da edição da Lei 13.303/2016, a qual trouxe em seu Art. 93º disposições diversas e que, conforme interpretação precisa e à luz da Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro (LINDB) devem prevalecer (Brasil, 2016a).

Desde sua edição, a Lei 9.504/97, em seu art. 73º, inciso VII, previu vedações a todos os entes e órgãos da administração pública de todas as esferas, promovendo rígida fiscalização acerca dos parâmetros – notadamente para evitar eventuais discrepâncias no pleito –, ao proibir os agentes públicos de:

realizar, no primeiro semestre do ano de eleição, despesas com publicidade dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, que excedam a média dos gastos no primeiro semestre dos três últimos anos que antecedem o pleito. (Brasil, 1997).

Em suma, Gomes (2016, 230) sintetiza o pensamento dominante no sentido de que:

antes desse período de três meses, mas ainda em ano de eleição, é igualmente proibido realizar despesas com publicidade dos órgãos

públicos federais, estaduais ou municipais ou das respectivas entidades da Administração indireta, que excedam a média dos gastos nos três últimos anos que antecedem o pleito ou do último ano imediatamente anterior à eleição (LE, art. 73, VII).

O entendimento de Bragagnoli (2019, 115) é similar ao afirmar que, “[...] apesar de relevante, o contingenciamento em ano eleitoral das despesas com publicidade e patrocínio não é medida inédita no ordenamento jurídico, reveste-se de natureza de conduta vedada nos termos da Lei 9.540/97”.

Tal corrente de pensamento é um dogma aplicado também às empresas públicas e sociedades de economia mista, as quais sabidamente exercem atividades de exploração de atividade econômica, conforme preceitua o Art. 5º, incisos II e III, do Decreto-Lei 200/1967, ignorando-se o fato de tais empresas estatais exercerem diversas atividades na qual a publicidade é essencial para o devido atingimento de seus objetivos e, quiçá, da perpetuação de suas atividades (Brasil, 1967).

Necessidade de adequação e reconhecimento da aplicação da legislação especial mais recente

Não é sem razão que Justen Filho (2013, 308) preconiza que:

a aplicação pelo Estado de recursos públicos numa empresa dotada de personalidade jurídica de direito privado não se destina, em princípio, a estabelecer uma alternativa não lucrativa para a atuação estatal. Quando adota forma empresarial, o Estado tem o dever de nortear a sua atividade segundo os parâmetros próprios da eficiência preconizada no âmbito da iniciativa privada.

É igualmente importante salientar que essa disposição também dever ser aplicada às empresas estatais que atuam em mercados sem concorrência (razão pela qual não se busca a guarida do Art. 73º, inciso VI, *b* da legislação de regência), com lastro no Art. 27º da Lei 13.303/2016, afinal o objetivo de tais empresas é atingir “a função social de realização do interesse coletivo ou de atendimento a imperativo da segurança nacional” (Brasil, 2016a).

O próprio princípio constitucional da igualdade traz essa tônica, bem como sintetiza Nery Júnior (1999, 42) ao afirmar que “dar tratamento isonômico às partes significa tratar igualmente os iguais e desigualmente os desiguais, na exata medida de suas desigualdades”.

Entende-se como adequado e imprescindível para o regular desenvolvimento do Estado Democrático de Direito a análise justa e imparcial de como os recursos públicos são aplicados, bem como os frutos de seus investimentos em publicidade que, certamente, nem sempre terão condão eleitoral. Porém de forma a estimular a atividade econômica e posicionamento de mercado, frisando que as estatais não foram criadas para terem prejuízo, mas por questões de conveniência da Administração Pública.

Pois bem, um novo marco para o Direito Administrativo brasileiro foi a edição da Lei 13.303/2016, conhecida como Lei das Estatais. Ela é aplicável às empresas públicas e sociedades de economia mista. Inequivocamente tal norma trouxe diversas disposições pertinentes no tocante aos procedimentos licitatórios, governança e *compliance*, acarretando maior transparência e eficiência destas empresas.

Contudo, existe uma gigantesca inovação que impacta diretamente na seara eleitoral e que até o presente instante não foi explorada com a devida atenção, justamente o contido no Art. 93º, sendo importante a sua transcrição:

Art. 93. As despesas com publicidade e patrocínio da empresa pública e da sociedade de economia mista não ultrapassarão, em cada exercício, o limite de 0,5% (cinco décimos por cento) da receita operacional bruta do exercício anterior.

§ 1º O limite disposto no caput poderá ser ampliado, até o limite de 2% (dois por cento) da receita bruta do exercício anterior, por proposta da diretoria da empresa pública ou da sociedade de economia mista justificada com base em parâmetros de mercado do setor específico de atuação da empresa ou da sociedade e aprovada pelo respectivo Conselho de Administração.

§ 2º É vedado à empresa pública e à sociedade de economia mista realizar, em ano de eleição para cargos do ente federativo a que sejam vinculadas, despesas com publicidade e patrocínio que excedam a média dos gastos nos 3 (três) últimos anos que antecedem o pleito ou no último ano imediatamente anterior à eleição. (Brasil, 2016, grifo nosso).

De singela leitura do dispositivo legal é possível concluir de antemão a possibilidade de aumento de limite de gastos das estatais, congregando-se maior autonomia aos administradores mediante justificativa e aprovação de seu Conselho de Administração. Entretanto, este não é o cerne do tema em análise, mas apenas o contido no § 2º do Art. 93º.

Por razões desconhecidas, não houve grande aprofundamento acerca desta inovação legislativa, a qual é uma gigantesca quebra de paradigmas e que seguramente norteará o futuro da publicidade das empresas estatais.

O jurista Mendonça (2018, 1) anteviu os efeitos da alteração e pontuou o tema de forma precisa em artigo:

A Lei Eleitoral limita o gasto da Administração Pública com publicidade em ano eleitoral. A lei 9.504/97 proíbe que, no primeiro semestre do ano eleitoral, a média dos gastos da Administração com publicidade seja maior do que se gastou no primeiro semestre dos últimos três anos anteriores ao pleito (art. 73, VII).

Em 2016, com a Lei das Estatais – lei 13.303 –, surge nova regra sobre o assunto, agora destinada apenas a empresas públicas e economias mistas. É o art. 93, par. 2o. Por ele, veda-se às estatais realizar, em ano de eleições no ente federativo a que se vinculem, despesas com publicidade que excedam –, atenção ao ponto, – a média dos gastos dos últimos três anos que antecedem o pleito, ou a média de gastos do último ano anterior à votação.

Ou seja: o teto de gastos com publicidade das estatais, para anos de eleições, difere na Lei das Estatais (vale, para o ano eleitoral, a média dos gastos com publicidade dos últimos três anos, ou do último ano antes do pleito) do que era previsto na Lei Eleitoral (valia, para o primeiro semestre do ano eleitoral, a média de gastos do primeiro semestre dos últimos três anos antes das eleições).

Embora a Lei Eleitoral possua pretensão abrangente – à época em que editada, abarcava toda a Administração Pública, direta e indireta, tanto que permite a propaganda, mesmo em ano eleitoral, de produtos e serviços que concorrem em mercado, no que só pode estar se referindo a estatais –, hoje, com a Lei das Estatais, ela foi, neste ponto, ab-rogada. É que a lei 13.303/2016 é especial em relação à Lei Eleitoral. O legislador fez escolha específica e recente a respeito do limite de gastos das estatais. Não cabe ultra-atividade da Lei Eleitoral.

Esta questão técnica é importante, mas o essencial é que o exercício dessa propaganda de estatais se dê de modo republicano. A administrativização do espaço privado nunca foi tanto uma questão dos valores de gastos – fossem eles grandes, enormes ou enormíssimos –, e mais uma questão de a quem eles restavam dirigidos. Como todos bem sabemos.

Reiterando isto, o objetivo principal é demonstrar ser cabível a realização de publicidade durante o período supostamente vedado, desde que, por certo, haja respeito ao limite previsto no parágrafo segundo a saber: “média dos gastos nos 3 (três) últimos anos que antecedem o pleito ou no último ano imediatamente anterior à eleição” (Brasil, 2016a).

Para tanto é importante analisar o contido no Art. 2º da LINDB, dispondo o seguinte:

Art. 2º. Não se destinando à vigência temporária, *a lei terá vigor até que outra a modifique ou revogue.*

§ 1º. *A lei posterior revoga a anterior quando expressamente o declare, quando seja com ela incompatível ou quando regule inteiramente a matéria de que tratava a lei anterior.*

§ 2º. A lei nova, que estabeleça disposições gerais ou especiais a par das já existentes, não revoga nem modifica a lei anterior.

§ 3º. Salvo disposição em contrário, a lei revogada não se restaura por ter a lei revogadora perdido a vigência. (Brasil, 1942, grifos nossos)

Trata-se de claro caso de derrogação, especialmente na vertente tácita, que, conforme De Plácido e Silva (2014, 25), pode ser definida, pelo entendimento clássico, como:

derivado do latim *derogatio*, de *derogare* (anular uma lei), é o vocábulo especialmente empregado para indicar a revogação parcial de uma lei ou de um regulamento. [...] Assim se diz quando a lei nova, por incompatibilidade com a lei anterior, tem tornado ineficaz a norma ou o princípio que se inscreve na disposição entendida como derrogada.

No caso concreto não ocorre ab-rogação, tendo em vista que somente um artigo do diploma legal foi revogado e não a totalidade do texto.

Ora, por se tratar de preceito comezinho ao direito, inculpido na própria LINDB, patente que a disposição especial mais recente irá se sobrepor à disposição especial arcaica, é infundado o entendimento em sentido contrário, razão pela qual a disposição inserida na Lei das Estatais se sobrepõe.

Os julgados no STJ, no STF e no TJ-PR

Neste sentido, sobre a temática da revogação tácita trazida por lei posterior e especial, em diversos ramos do Direito colacionam-se julgados do Superior Tribunal Federal (STF), do Supremo Tribunal de Justiça (STJ) e do Tribunal de Justiça do Estado do Paraná (TJ-PR):

Agravo regimental na ação direta de inconstitucionalidade. Tributário. Contribuições anuais. Conselhos de fiscalização de profissões regulamentadas. Impugnação de normas constantes da Lei 11.000/04. Revogação tácita pela Lei 12.514/04. Ação direta prejudicada. 1. As normas impugnadas na presente ação direta, constantes da Lei 11.000/04, foram tacitamente revogadas pela Lei 12.514/11. 2. A jurisprudência da Corte é pacífica quanto à prejudicialidade da ação direta de inconstitucionalidade, por perda superveniente de objeto, quando sobrevém a revogação da norma questionada. 3. Agravo regimental não provido.

(Brasil. Supremo Tribunal Federal, 2017.)

PROCESSUAL CIVIL E ADMINISTRATIVO. AGRAVO INTERNO NO RECURSO ESPECIAL. MILITAR DO EX-TERRITÓRIO DE RORAIMA. PENSÃO POR MORTE.

RATEIO. SUCESSÃO DE LEIS NO TEMPO. LEIS 7.284/1984 E 10.486/2002.

INCOMPATIBILIDADE MANIFESTA. REVOGAÇÃO TÁCITA. PRINCÍPIO TEMPUS REGIT ACTUM. LEI VIGENTE AO TEMPO DO ÓBITO DO SERVIDOR.

APLICABILIDADE. PRECEDENTES.

1. Nos termos do artigo 2º, § 1º, da LINDB, a revogação de uma lei que não se destinar à vigência temporária poderá se dar de forma tácita, quando lei posterior for com ela incompatível.

2. Embora a Lei 7.284/1984 não tenha sido revogada expressamente pela Lei 10.486/2002, a incompatibilidade entre ambas é manifesta, visto que esta última, por força do disposto no seu artigo 65, passou a

regular a matéria relativa à pensão por morte deixada pelos militares dos ex-Territórios Federais do Amapá, Rondônia e de Roraima.

3. Verificado o óbito do instituidor do benefício em 03/01/2011, na vigência da Lei 10.486/2002, ela rege a pensão por morte, em atenção ao princípio *tempus regit actum*. Precedentes.

4. Agravo interno não provido.

(Brasil, 2020).

APELAÇÃO CÍVEL E REEXAME NECESSÁRIO. AÇÃO DE COBRANÇA. ENFERMEIRA. MANUTENÇÃO DE ADICIONAL E DANO MORAL. RECEBIMENTO DE 20% DE ADICIONAL AOS SERVIDORES DA ÁREA DE SAÚDE QUE TENHAM CURSO SUPERIOR. PREVISÃO LEGAL. LEI MUNICIPAL 63/90. POSTERIOR EDIÇÃO DO ESTATUTO DOS SERVIDORES DO MUNICÍPIO DE CORNÉLIO PROCÓPIO. LEI MUNICIPAL 216/94. REVOGAÇÃO TÁCITA. INEXISTÊNCIA DE DIREITO ADQUIRIDO A REGIME JURÍDICO. PEDIDO DE RECONHECIMENTO DA INCONSTITUCIONALIDADE DO ART. 24, DA LM 63/90. DESNECESSIDADE ANTE O RECONHECIMENTO DA REVOGAÇÃO DO DISPOSITIVO PELA LEI 216/94. REEXAME NECESSÁRIO PREJUDICADO. RECURSO PROVIDO, EM PARTE. (Paraná, 2019.)

Alterou-se, portanto, a interpretação em relação às empresas estatais do Art. 73º, inciso VII da Lei das Eleições, face a sua derrogação tácita pelo Art. 93º da Lei 13.303/2016, resultando na impossibilidade de falar em limitação de gastos com publicidade em ano eleitoral pelas empresas públicas e sociedades de economia mista quando o pleito não for decorrente de sua esfera de abrangência. Isto é, sendo eleição municipal, não se pode elidir que empresa estatal federal ou estadual seja proibida de investir e realizar publicidade, ato este que pode ser imprescindível para a sua boa atuação.

Neste contexto, é importante apenas diferenciar os preceitos trazidos pelos incisos VI, e VII do Art. 73º da Lei das Eleições, vez que enquanto o primeiro diz respeito ao período de vedação da realização de publicidade institucional – três meses que antecedem o pleito –, e cuja vedação se aplica apenas aos agentes públicos das esferas administrativas cujos cargos estejam em disputa, o segundo

aborda o limite de gastos com publicidade e abrange todos os agentes públicos, sendo este, justamente, o objeto fulcral da presente análise.

Inobstante, em consulta efetuada pela Secretaria de Estado da Comunicação Social e da Cultura à Procuradoria-Geral do Estado do Paraná, este último órgão expediu a Informação 170/2020 – AT-GAB/PGE, não observando os preceitos da Lei das Estatais, tendo destacado o seguinte:

1) as regras que limitam os gastos com publicidade de que trata o inc. VII do art. 73 da Lei Federal 9.504/1997 se aplicam ao Estado do Paraná no ano de 2020, ainda que o pleito eleitoral a ser realizado neste ano seja para escolha de cargos representativos dos Poderes Executivo e Legislativo municipais;

2) conforme demonstrado no item II.3, o limite de despesas com publicidade não sofreu alteração para a Administração Direta do Estado, com o advento da Lei Federal 13.303/2016, uma vez que as despesas realizadas pelas empresas estatais continuam a ser computadas para a aferição da média de que trata o art. 73, inc. VII da Lei Federal 9.504/1997 (PGE, 2020).

É fundamental a análise do Decreto Estadual 4.379/2020, que preleciona o seguinte:

Art. 11. É vedado realizar despesas com publicidade dos Órgãos Públicos ou das respectivas entidades da administração indireta no período de 1º de janeiro até 03 meses antes do pleito, 4 de julho 2020, que excedam a média de gastos dos três últimos anos que antecedem o pleito ou do último ano imediatamente anterior à eleição, prevalecendo o que for menor. (Paraná, 2020).

Com o devido acato, essa não parece ser a melhor solução adotada, uma vez que há estatais extremamente eficientes em seus segmentos de atuação, algumas inclusive em processo de internacionalização de suas marcas, para as quais a publicidade é imperiosa, razão pela qual não podem ficar à mercê de pleito do qual sequer terão interferência e/ou ingerência, ao passo que a vedação de seus anúncios perante a mídia especializada simplesmente pode acarretar em graves prejuízos operacionais e financeiros, deixando de atender, justamente, à eficiência da qual se espera das empresas estatais.

Ademais, há de se destacar que não se trata de publicidade institucional¹ em conformidade com o entendimento da Secretaria Especial de Comunicação Social esposado na Instrução Normativa SG-PR 01, de 11 de abril de 2018, ao limitar ao menor percentual é adentrar em competência legislativa privativa da União, ao basicamente legislar sobre direito eleitoral, posto que a legislação federal não trouxe tal posicionamento.

Como exposto anteriormente, a derrogação tácita é inerente ao caso e, ao inadmitir a derrogação do disposto no Art. 73º, inciso VII, da Lei 9.504/1997 pelo contido no Art. 93º, da Lei 13.303/2016, ter-se-ia simplesmente a total subversão dos pilares mais básicos desse ramo do Direito.

Sob outra ótica, de modo a complementar os apontamentos já esposados, é pertinente destacar que, de acordo com o entendimento pacificado, tanto a doutrina pátria quanto a jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral, os termos “despesas” e “gastos” – constantes tanto no Art. 73º, inciso VII da Lei 9.504/1997 (aplicação geral), quanto no Art. 93º da Lei 13.303/2016 (aplicação às estatais) – são interpretados como liquidação, isto é, “o atesto oficial de que o serviço foi prestado, independentemente da data do respectivo empenho ou pagamento” (Brasil, 2019), nos termos da Lei 4.320/1964².

Isso porque tão somente o empenho da despesa não implica na efetiva realização da publicidade, bem como o pagamento apenas ocorre em função do adimplemento do órgão contratante mediante a existência de disponibilidade financeira. Desta forma, para o

-
1. O Art. 3º da citada norma: “Para os fins desta Instrução Normativa, considera-se: [...] II – publicidade institucional: a que se destina a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas e de promover o Brasil no exterior” (Brasil, 2018).
 2. Os artigos 62 e 63 da referida lei: “Art. 62. O pagamento da despesa só será efetuado quando ordenado após sua regular liquidação. [...] Art. 63. A liquidação da despesa consiste na verificação do direito adquirido pelo credor tendo por base os títulos e documentos comprobatórios do respectivo crédito. [...] § 2º A liquidação da despesa por fornecimentos feitos ou serviços prestados terá por base: [...] III – os comprovantes da entrega de material ou da prestação efetiva do serviço”. (Brasil, 1964).

adequado cômputo das médias exigidas pelos referidos dispositivos legais, em subsunção ao entendimento doutrinário e do próprio Tribunal Superior Eleitoral, é preciso considerar as despesas que foram efetivamente liquidadas no período legal descrito, e não aquelas que foram somente contratadas ou empenhadas.

Considerações Finais

Portanto, é imperioso afirmar que em conformidade ao disposto no Art. 2º da LINDB, o qual expressamente dispõe que a lei posterior revogará a lei anterior quando houver modificação na regulamentação da matéria, bem como considerando-se que a posterioridade e especialidade da Lei 13.303/2016 em relação à Lei 9.504/1997, vez que regulamenta especificamente os regramentos aplicáveis às empresas estatais, houve a derrogação tácita do Art. 73º, VII da Lei 9504/1997, haja vista a nova disposição trazida pelo Art. 93º da Lei 13.303/2016.

Nessa medida, tem-se que tal entendimento coaduna-se com os princípios basilares do Direito, bem como é a expressão da vontade declarada pelo legislador pátrio quando da edição do Art. 93º da Lei 13.303/2016, não se podendo admitir conclusões em sentido diverso, sob pena de subversão aos pilares nodais da hermenêutica jurídica.

Ademais, não há como entender a limitação de gastos com publicidade em ano eleitoral pelas empresas estatais quando o pleito não se relacionar à sua esfera de abrangência, haja vista que a publicidade das empresas públicas e sociedades de economia mista, em função de seus objetivos, destinam-se ao estímulo da atividade econômica, que, ao fim, retornará como benefícios à sociedade, sendo equivocado pressupor o desequilíbrio da disputa eleitoral em detrimento à propaganda das atividades fins das estatais.

Assim, tem-se que, em conformidade ao disposto no Art. 93º, § 2º da Lei 13.303/2016, o limite de gastos com publicidade institucional para as empresas públicas e sociedades de economia mista, no âmbito das eleições cujos entes federativos sejam a elas vinculados, é a média dos gastos dos últimos 3 (três) anos que antecedem o pleito, ou no último ano imediatamente anterior à eleição, considerando as despesas efetivamente liquidadas.

Referências

- BRAGAGNOLI, R. L. *Lei n.º 13.303/2016: reflexões pontuais sobre a lei das estatais*. Curitiba: Editora JML, 2019.
- BRASIL. (1942). Decreto-Lei n.º 4.657, de 4 de setembro de 1942. Lei de Introdução às normas do Direito Brasileiro. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del4657compilado.htm. Acesso em: 9 jun. 2020.
- _____. (1964). Lei n.º 4.320, de 17 de março de 1964. Estatui Normas Gerais de Direito Financeiro para elaboração e controle dos orçamentos e balanços da União, dos Estados, dos Municípios e do Distrito Federal. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L4320.htm. Acesso em: 20 fev. 2022.
- _____. (1967). Decreto-Lei n.º 200, de 25 de fevereiro de 1967. Dispõe sobre a organização da Administração Federal, estabelece diretrizes para a Reforma Administrativa e dá outras providências. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0200.htm. Acesso em: 9 jun. 2020.
- _____. (1997). Lei n.º 9.504, de 30 de setembro de 1997. Estabelece normas para as eleições. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19504.htm. Acesso em: 10 jun. 2020.
- _____. (2016a). Lei n.º 13.303, de 30 de junho de 2016. Dispõe sobre o estatuto jurídico da empresa pública, da sociedade de economia mista e de suas subsidiárias, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/l13303.htm. Acesso em: 10 jun. 2020.
- _____. (2018). Secretaria Especial de Comunicação. Instrução Normativa SG-PR n.º 01, de 11 de abril de 2018. Disciplina a publicidade em ano eleitoral dos órgãos e entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal e dá outras orientações. *Diário Oficial da União*, Brasília, DF. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/instrucao-normativa-n-1-de-11-de-abril-de-2018-10309707>. Acesso em: 3 mar. 2022.
- _____. (2019). Supremo Tribunal Eleitoral. *Recurso Especial Eleitoral n.º 37.820*. Relator: Ministro Jorge Mussi. Disponível em: https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/decisoes/monocraticas-do-tse/@monocraticas-search?url=&q=&as_epq=REspe&as_oq=&as_eq=&numero_decisao=37820&relator=JORGE+MUSSI%7CJORGE+MUSSI&relator_signatario=&data_inicial=&data_final=&tipo_doc=dtpub. Acesso em: 20 fev. 2022.

- _____. (2020). Supremo Tribunal de Justiça. *AgInt no REsp nº 1807353/PE*. Relator: Ministro Benedito Gonçalves. Julgado em 30/03/2020. Disponível em: https://processo.stj.jus.br/processo/julgamento/electronico/documento/mediado/?documento_tipo=integra&documento_sequencial=108203040®istro_numero=201900945167&peticao_numero=201900738747&publicacao_data=20200401&formato=PDF. Acesso em: 20 fev. 2022.
- DE PLÁCIDO E SILVA, O. J. (2014). *Vocabulário jurídico*. Rio de Janeiro: Forense.
- GOMES, J. J. (2016). *Direito Eleitoral*. São Paulo: Atlas.
- JUSTEN FILHO, M. (2013). *Curso de Direito Administrativo*. São Paulo: RT.
- MENDONÇA, J. V. S. (2018). Estatais e propaganda em ano eleitoral: há um novo limite de gastos. *Jota*, São Paulo, 26 mar. Disponível em: <https://www.jota.info/opinioe-analise/artigos/estatais-e-propaganda-em-ano-eleitoral-ha-um-novo-limite-de-gastos-26032018>. Acesso em: 10 jun. 2020.
- NERY JÚNIOR, (1999). *Princípios do processo civil à luz da Constituição Federal*. São Paulo: Revista dos Tribunais.
- PARANÁ. (2019). **Tribunal de Justiça do Paraná**. *Processo 0004009-60.2017.8.16.0075 (Acórdão)*. Relator: Desembargador Stewart Camargo Filho. Disponível em: <https://portal.tjpr.jus.br/jurisprudencia/j/4100000007701521/Acordao-0004009-60.2017.8.16.0075>. Acesso em: 20 fev. 2022.
- PARANÁ. (2020). **Decreto nº 4.379**, de 26 de março de 2020. Divulga condutas vedadas aos Agentes Públicos dos órgãos da Administração Direta e Indireta no ano eleitoral de 2020. *Diário Oficial do Paraná*, Curitiba. Disponível em: <https://www.legislacao.pr.gov.br/legislacao/listarAtosAno.do?action=exibirImpressao&codAto=233261>. Acesso em: 20 fev. 2022.
- PGE – PROCURADORIA GERAL DO ESTADO DO PARANÁ. (2020). *Informação 170/2020*. Paraná: PGE, 2020.

