

**AS VEDAÇÕES DE NATUREZA ELEITORAL
VOLTADAS AOS AGENTES PÚBLICOS
FEDERAIS EM PERÍODO DE ELEIÇÕES
MUNICIPAIS, COM FOCO NAS ATIVIDADES
DE PESQUISA E SUA DIVULGAÇÃO**

***FEDERAL PUBLIC OFFICERS' ELECTORAL FORBIDDANCES
IN MUNICIPAL ELECTIONS, WITH FOCUS ON RESEARCH
AND ITS DISSEMINATION***

Tiago Coutinho de Oliveira
Procurador-Chefe do IPEA

SUMÁRIO: Introdução; 1 Das vedações aplicadas aos agentes públicos federais em ano de eleições municipais que tenham implicações na área de pesquisa e sua divulgação; 1.1 Da publicidade institucional; 1.2 Da divulgação de dados; 1.3 Do pronunciamento em cadeia de rádio e televisão; 1.4 Das despesas com publicidade; 1.5 Do dever de informação e abuso de poder decorrente de sua ausência de prestação; 2 Conclusão; Referências.

RESUMO: O presente artigo tem por escopo desenvolver estudo acerca das condutas vedadas aos agentes públicos federais durante ano de eleições municipais, com a indicação de atos administrativos ou tomada de decisões governamentais indevidas ou desaconselháveis durante esse período. Baseia-se, principalmente, nas atividades voltadas a realização de pesquisas desenvolvidas por órgãos da Administração Pública e tem como foco, sobretudo, a disciplina legal contida na Lei das Eleições (Lei 9.504/97); no Código Eleitoral (Lei nº 4.737/65); na Lei nº 13.165/15 (Reforma Política); nas resoluções sobre a matéria, expedidas pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), bem como nas Orientações advindas da AGU, na Cartilha de Condutas Vedadas aos Agentes Públicos Federais em Eleições Municipais, e em estudos jurídicos desenvolvidos pela Procuradoria - Geral do Município de Belo Horizonte.

ABSTRACT: This work aims at developing a study on Brazilian federal public officers' forbidden conducts during municipal elections' years, with the indication of wrong or inadvisable administrative acts or governmental decision making during this period. It is based, mainly, on research developed by organs of the Brazilian Public Administration and it is focused, specially, on the legal framework of the Brazilian Law of Elections (Law 9,504/1997); on the Brazilian Electoral Code (Law 4,737/1965); on the Law 13,165/2015 (Political Reform); on the resolutions on the matter, issued by the Superior Electoral Court; as well as on the guidance from the Federal Attorney General's Office, on the booklet on the Federal Public Officers' forbiddances in Municipal Elections, and on juridical studies by the Attorney General's Office of Belo Horizonte.

PALAVRAS-CHAVE: Eleições. Municipais. Agentes Públicos. Vedações. Condutas. Infração.

KEYWORDS: Elections. Municipal. Public Officers. Forbiddances. Conducts. Infraction.

INTRODUÇÃO

Como se sabe, as eleições interferem nos atos de gestão da Administração, em razão do fato de a legislação atinente ao tema prever uma série de limitações aos atos do gestor público, cujo imediato objetivo é impedir a intromissão de tais condutas no processo eleitoral.

Nesse tocante, a preservação da igualdade de oportunidades dos candidatos surge como principal fundamento a ser acautelado pelo legislador, como forma de garantia de alguns dos valores democráticos de maior relevância, bem como das regras e princípios constitucionais republicanos.

As condutas vedadas pela Lei nº 9.504/97 constituem espécie de infração eleitoral, em sentido amplo, de natureza político-administrativa, podendo acarretar a aplicação de sanções, tais como, suspensão imediata da conduta vedada, aplicação de multa, entre outras, ainda que não haja potencialidade lesiva apta a comprometer a normalidade e legitimidade das eleições (art. 73, §§ 4º e 5º; art. 74; art. 75 e art. 77, da Lei nº 9.504/97).

Além disso, segundo o §7º, do art.73, da Lei 9.504/97, *“As condutas enumeradas no caput caracterizam, ainda, atos de improbidade administrativa, a que se refere o art. 11, inciso I, da Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992, e sujeitam-se às disposições daquele diploma legal, em especial às cominações do art. 12, inciso III”*. Frisa-se que, caso os mesmos fatos configurem crime eleitoral, na forma do Código Eleitoral, haverá também sanção do campo penal.

Cumpra registrar, ainda, que, no Código Eleitoral brasileiro, bem como na LC nº 64/90, há vedação de caráter amplo e genérico para a administração pública e seus gestores. Trata-se da responsabilização da autoridade e do candidato na hipótese de uso indevido ou abuso do poder de autoridade, em benefício de candidato ou partido político.

Significa dizer tratar-se de rol exemplificativo, que atribui aos membros da Justiça Eleitoral a competência para analisar e punir casos que entender possa ter havido abuso do poder de autoridade, ainda que fora das condutas listadas expressamente no normativo legal.

1 DAS VEDAÇÕES APLICADAS AOS AGENTES PÚBLICOS FEDERAIS NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS QUE TENHAM IMPLICAÇÕES NA ÁREA DE REALIZAÇÃO DE PESQUISA E SUA DIVULGAÇÃO

Antes de adentrarmos nos aspectos cruciais que propomos para o presente estudo, cumpre informar que devido ao grande número de dispositivos referentes à matéria sob análise, será dado maior destaque àqueles que, em abstrato, tenham maior correlação com as atividades de pesquisa e divulgação de dados realizadas por Órgãos e Instituições de Governo Federal, trazendo exemplos práticos, exceções e orientações doutrinárias e jurisprudenciais de como proceder durante o período de vedação.

1.1 DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

O art. 73, inciso VI, da Lei nº 9.504/1997, traz a seguinte vedação:

Art. 73. São proibidas aos agentes públicos, servidores ou não, as seguintes condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos nos pleitos eleitorais:

VI – nos três meses que antecedem o pleito:

b) com exceção da propaganda de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado, autorizar publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas unidades da administração indireta, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral.

Sobre o tema, é pertinente também trazer à baila a proibição veiculada no art. 24, II, do mesmo diploma legal, que dispõe:

Art. 24. É vedado, a partido e candidato, receber direta ou indiretamente doação em dinheiro ou estimável em dinheiro, inclusive por meio de publicidade de qualquer espécie, procedente de:

[...]

II – Órgão da Administração Pública direta e indireta ou fundação mantida com recursos provenientes do Poder Público.

Em relação a essas vedações específicas, verifica-se tratar de restrição voltada para publicidade dos atos institucionais, em decorrência do comando constitucional, veiculado no art.37, §1º, da CF/88, nesses termos:

A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Nesse contexto, portanto, os gestores devem tomar máxima cautela para que as atividades de pesquisas e divulgação de dados realizadas durante o período eleitoral não caracterizem publicidade a partido político ou candidato.

Isso porque, na persecução do interesse público, a publicidade dos atos públicos não é absoluta, na medida em que sofre restrições de outros valores constitucionalmente consagrados, o que se revela em maior evidência na seara eleitoral, onde se procura proteger a isonomia entre os postulantes a cargos eletivos.

Note-se, porém, que a manutenção das atividades ordinárias e impessoais desses órgãos, inclusive aquelas atinentes a pesquisas e divulgação de dados, não ficam vedadas durante as eleições.

Em julgado sobre o tema, ao analisar a conduta vedada no art. 73, IV, da Lei nº 9.504/97, o TSE firmou entendimento no sentido de que “*a intervenção da Justiça Eleitoral há de se fazer com o devido cuidado no que concerne ao tema das condutas vedadas, a fim de não se impor, sem prudencial critério, severas restrições ao administrador público no exercício de suas funções*”. (AC nº 24.989, de 31.05.2005, rel. Min. Caputo Bastos).

Em outras palavras, podemos concluir que o desenvolvimento das atividades de pesquisa ordinárias e impessoais dos Órgãos Públicos, não está inserido na vedação do art.73, inciso VI, alínea “b”, da Lei 9.504/97.

Esta questão, inclusive, foi o fundamento da sentença proferida no processo nº 41191-93.2010.4.01.3400, em tramitação na 13ª Vara da Justiça Federal da Seção Judiciária do Distrito Federal, ao deferir o direito de resposta ao Ipea por ofensa à sua honra objetiva, quando da acusação da imprensa de que teria se “*transformado em máquina de propaganda do governo*”, pela veiculação de matérias no ano eleitoral.

Segue trecho da decisão, no que importa:

Tenho que tal assertiva de que o autor teria se transformado numa máquina de propaganda do governo feriu a sua honra objetiva. O Instituto autor é uma fundação pública cuja criação fora autorizada pelo Decreto – Lei nº 200/67 (art.190) e cuja finalidade, conforme consta no referido diploma, é a de auxiliar o Ministro de Estado da Economia, Fazenda e Planejamento (terminologia da época) na elaboração e no acompanhamento da política econômica e promover atividade de pesquisa econômica aplicada nas áreas fiscal, financeira, externa e de desenvolvimento setorial. No Decreto nº 7.142, de 29 de março de 2010, que aprovou o Estatuto do IPEA, constou que:

[...]

No caso concreto, ao se afirmar que o IPEA estaria a serviço do governo, contrariamente as suas funções estabelecidas pela lei, com certeza houve ataque a sua honra objetiva, pois, nos dizeres do autor: “As reportagens publicadas no diário “O GLOBO”... feriram a honra objetiva do IPEA, uma vez que colocaram em dúvida a credibilidade e imparcialidade” (fls. 06) e “as matérias jornalísticas ora impugnadas colocam em dúvida a isenção político-partidária e o rigor técnico-científico que caracterizam os trabalhos desenvolvidos pelo IPEA, e ferem, dessa forma, a honra objetiva e a credibilidade do instituto” (fls.08). A fundação autoria possui direito de resposta para aduzir suas razões, no sentido de que cumpre seu papel legal/institucional.

[...]

Voltando a análise do dispositivo, tratando-se de eleições municipais, onde estarão em disputa os cargos de Prefeito, Vice-Prefeito e Vereador, a regra é a de que não será possível a publicidade institucional no âmbito Municipal, a partir dos três meses que antecederem o pleito das eleições. Tal somente poderá ocorrer após o envio de petição à Justiça Eleitoral, para que ela reconheça grave e urgente necessidade pública, autorizando.

As exceções seriam a publicidade de serviços e órgãos públicos que tenham concorrência no mercado (como as instituições financeiras públicas) ou em caso de grave e urgente necessidade pública, com autorização da Justiça Eleitoral.

Esta vedação específica se aplica apenas aos agentes públicos das esferas administrativas cujos cargos estejam em disputa na eleição (cf. § 3º do art. 73 da Lei nº 9.504, de 1997). Contudo, os agentes públicos federais, em ano de eleições municipais, devem ter cautela na prática da referida conduta, para não infringir o § 1º do art. 37 da Constituição, que veda a promoção de autoridades ou servidores públicos em publicidade oficial, ou para não fazer propaganda a favor de candidato ou partido político, sob pena de configurar abuso de poder.

Portanto, deve-se ter cuidado com as informações municipais veiculadas nas pesquisas realizadas no âmbito de Órgãos Públicos Federais responsáveis pela execução desse tipo de atividade, de modo a não caracterizar promoção pessoal de determinado candidato ou partido político.

1.2 DA DIVULGAÇÃO DE DADOS

Ainda sobre o tema da publicidade de divulgação de dados, o TSE entende que “os agentes públicos devem zelar pelo conteúdo a ser divulgado em sítio institucional, ainda que tenham proibido a veiculação de publicidade por meio de ofícios a outros responsáveis, e tomar todas as providências para que não haja descumprimento da proibição legal” (AgR-Respe nº 35.590, de 29.04.2010. rel. Min. Arnaldo Versiani).

Nessa serara, importante registrar que, a depender do conteúdo, a divulgação de dados e informações, inclusive as feitas por meio da internet, pode ser entendida também como propaganda eleitoral, mesmo porque o art. 24, inciso II, da Lei 9.504/1997, dispõe que “*é vedado, a partido e candidato, receber direta ou indiretamente doação em dinheiro ou estimável em dinheiro, inclusive por meio de publicidade de qualquer espécie, procedente de órgão da administração pública direta e indireta ou fundação mantida com recursos provenientes do Poder Público*”.

Ademais, o art.57-C, §1º, inciso II, da Lei 9.504/1997, traz a seguinte vedação, repetida no art. 23, §1º, da Resolução TSE nº 23.457/2015, *in verbis*:

Art. 57-C. Na internet, é vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

§ 1o É vedada, ainda que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral na internet, em sítios: (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

[...]

II - oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

§ 2º A violação do disposto neste artigo sujeita o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado seu prévio conhecimento, o beneficiário à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais).

Frisa-se que a internet, como veículo ágil e dinâmico de comunicação social, tornou-se importante ferramenta de divulgação institucional de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos.

Dessa forma, parece prudente que os agentes dos órgãos públicos se abstenham de postar nas suas páginas virtuais notícias ou arquivos que divulguem atos, programas, serviços e campanhas municipais no prazo legal de vedação. Ademais, não devem constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades e servidores públicos, nos termos do § 1º do artigo 37 da Constituição.

Da mesma forma, em relação ao correio eletrônico utilizado por estes órgãos, é prudente que eventuais mensagens dirigidas ao público interno e externo não contenham a publicidade institucional já mencionada.

Exemplos Práticos dos dispositivos sob análise, e que, portanto, devem ser evitados, seriam pesquisas atreladas a determinados Municípios, divulgando atos, programas, serviços e campanhas, acarretando a promoção de candidato ou partido político ou divulgação no site oficial de órgãos públicos ou por mensagem eletrônica, interna ou externa, de publicidade institucional de determinado Município, promovendo candidato ou partido político.

No entanto, importante dizer que a recomendação não deve ser interpretada no sentido de que a divulgação das atividades-fim destes Órgãos não possam ser atualizadas em seus sites oficiais, já que o princípio da publicidade dos atos administrativos exige o contrário. O que se deve fazer é harmonizar esses atos com outro princípio, de ordem constitucional, que é o da impessoalidade, evitando, assim, a postagem de mensagens e informações que acarretem promoção pessoal, por meio de publicidade institucional de atos, programas, serviços e campanhas.

Sobre o tema, traz-se à baila a lição do professor Francisco de Assis Vieira Sanseverino, em sua obra *“O ‘uso da máquina pública’ nas campanhas eleitorais – Condutas Vedadas aos agentes públicos”*, página 104:

Finalmente, via de regra, no site do órgão público ou da entidade da administração pública, há espaços para divulgação de suas notícias, informações sobre acontecimentos ou fatos relevantes. De um lado, é verdade que as atividades da administração pública, dirigidas ao público em geral, devem prosseguir.

Por outro lado, incidirão as vedações nas situações em que o conteúdo da notícia (a) consistir na publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas; e (b) caracterizar também a promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Ressalta-se, portanto, que não existe na legislação qualquer proibição de divulgação de dados ou pesquisas sociais, econômicas ou outras com viés impessoal, feitas por institutos governamentais. A legislação veda é a publicidade paga pelo erário que promova ações ou informações governamentais, com nítido propósito de favorecimento de candidato e/ou partido político, caracterizando, assim, abuso de poder, nos termos do art.74, da Lei 9.504/97.

Registre-se, ainda, que o Tribunal Superior Eleitoral firmou entendimento no sentido de que a publicação de atos oficiais ou meramente administrativos não caracteriza publicidade institucional, por não apresentar conotação eleitoral¹, podendo ser legitimamente praticados pelos agentes públicos.

Para o TSE, *“o art. 74 se aplica somente aos atos de promoção pessoal na publicidade oficial praticados em campanha eleitoral”* (AG nº 2.768, de 10.04.2001, rel. Min. Nelson Jobim) e *“entende-se como ato de propaganda eleitoral aquele que leva ao conhecimento geral, ainda que de forma dissimulada, a candidatura, mesmo que apenas postulada, a ação política que se pretende desenvolver ou razões que induzam a concluir que o beneficiário é o mais apto ao exercício de função pública.”* (RESPE nº 15.732, de 15.04.1999, rel. Min. Eduardo Alckmin; vide, também, entre outros: R-Rp nº 189.711, de 05.04.2011, rel. Min. Joelson Dias; e AgR-Respe nº 35.719, de 24.03.2011, rel. Min. Aldir Passarinho Júnior).

1 Nessa linha, Ac. De 7.11.2006 nº AgRgREspe nº 25.748, rel. Min Caputo Bastos e AC. nº 25.086, de 03/11/2005, rel. Min. Gilmar Mendes.

1.3 DO PRONUNCIAMENTO EM CADEIA DE RÁDIO E TELEVISÃO

Em relação à vedação prevista na alínea “c” do mesmo dispositivo (fazer pronunciamento em cadeia de rádio e televisão, fora do horário eleitoral gratuito, salvo quando, a critério da Justiça Eleitoral, tratar-se de matéria urgente, relevante e característica das funções de governo), conclui-se que o Município não pode realizar publicidade institucional em rádio e televisão a partir do início da vedação, salvo autorização expressa da Justiça Eleitoral nos moldes do dispositivo legal em destaque.

Esta vedação específica se aplica apenas aos agentes públicos das esferas administrativas cujos cargos estejam em disputa na eleição (cf. § 3º do art. 73 da Lei nº 9.504, de 1997). Contudo, os agentes públicos federais, em ano de eleições municipais, devem ter cautela na prática da referida conduta, para não infringir o § 1º do art. 37 da Constituição, que veda a promoção de autoridades ou servidores públicos em publicidade oficial, ou para não fazer propaganda a favor de candidato ou partido político, sob pena de configurar abuso de poder.

Nesse contexto, os agentes públicos devem ter cuidado com as informações municipais veiculadas em rádio ou televisão, oriundas de pesquisas realizadas no âmbito de seus órgãos de lotação, de modo a não caracterizar promoção pessoal de determinado candidato ou partido político.

1.4 DAS DESPESAS COM PUBLICIDADE

O art.73, inciso VII, da Lei 9.504/1997, traz a seguinte vedação:

VII - 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; (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)

Como visto alhures (art. 73, inciso VI, “b”), a regra é que no segundo semestre dos anos de eleição não poderá ser veiculada propaganda institucional, excetuadas a propaganda de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado e em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral.

Já no primeiro semestre do ano eleitoral, é possível fazer publicidade de órgãos municipais, desde que haja obediência aos limites impostos na norma em apreço e no comando do art.37, §1º, da CF/88. A redação anterior da Lei 9.504/97 previa como limite de gastos para publicidade institucional a média anual dos três anos anteriores ao pleito, ou a do último ano. Contudo, com o advento da Lei nº 13.165/15, esse limite foi alterado passando a ser semestral, contemplando assim os primeiros semestres dos 3 anos anteriores ao pleito.

No cálculo para verificação ou não de aumento de despesas com publicidade deve ser considerado o gasto global, que abranja a publicidade da Administração Pública direta e indireta (nesse sentido: Petição nº 1.880, de 29.06.2006, Rel.Min. Carlos Ayres Britto, Nota nº AGU/LS-02/2002 e Nota Técnica nº14/2009/DENOR/SGCN/SECOM-PR da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República).

No âmbito dos órgãos e entes federais recomenda-se que os agentes públicos guiem suas atuações, incluindo a quantidade de publicidade das matérias de sua competência, com base no princípio da legalidade e da impessoalidade, devendo toda conduta ser previamente avaliada segundo o potencial de afetar ou não a igualdade de oportunidades entre candidatos nas eleições municipais.

Exemplo prático: Realizar despesas com veiculação de informações sobre determinado Município, em quantidade superior à média dos gastos no primeiro semestre dos três últimos anos que antecedem o pleito.

1.5 DO DEVER DE INFORMAÇÃO E ABUSO DE PODER DECORRENTE DE SUA AUSÊNCIA DE PRESTAÇÃO

Antes de concluir, imperioso registrar que toda a abordagem feita acerca da vedação da publicidade institucional voltada para promoção de candidato, aplica-se, na mesma proporção, para a omissão no dever da publicidade constitucionalmente assegurada – art.37, caput e §1º, da CF/88.

Segundo o mestre José Afonso da Silva²:

“A publicidade do § 1º não é essencialmente diversa da publicidade do caput do artigo. Não há uma publicidade-vício e uma publicidade-virtude das atuações administrativas, pois o princípio da publicidade, inerente

2 SILVA, José Afonso. *Comentário Contextual à Constituição*. 2. ed. Malheiros Editores, p. 346-347, 2006.

à técnica da boa administração pública (*caput*), manifesta-se também na publicidade governamental (§ 1º). Por isso, com razão, Cretella Jr. reconhece, como se viu acima, que ela não é apenas uma possibilidade, mas um dever dos órgãos públicos. Por esse motivo também é que não se pode aceitar a radical distinção que o ilustre Jurista faz entre as duas modalidades de publicidade. O que existe são duas modalidades de realização do mesmo princípio: uma que é necessária à eficácia do ato administrativo, e se satisfaz pela publicação oficial (*caput*); outra que é a propiciação de conhecimento, aos administrados, de atuações dos órgãos da Administração (§ 1º). Mas o dever de publicidade tem outro fundamento da mais alta importância: o de ser contrapartida do direito à informação, do direito de ser informado, que a Constituição reconhece a todos no art. 5º XIV e XXXIII”.

Pelo esclarecimento do ilustre professor José Afonso da Silva, a publicidade aplicada para Administração Pública configura como sendo um dever dos órgãos públicos que tem como contrapartida o direito à informação, enquanto direito fundamental previsto no art. 5º, incisos XIV e XXXIII, da CF/88.

Assim, conforme se extrai das transcrições supras, a publicidade governamental, enquanto direito à informação, deve ser observada, inclusive durante as eleições, desde que respeitado o princípio da impessoalidade e demais limitações legais e constitucionais, conforme o caso.

O não cumprimento do direito constitucional de informação pode também configurar abuso de autoridade pelo uso da máquina pública para favorecimento de candidato ou partido político, com as implicações legais decorrentes, além de ofensa a ditames do Estado Democrático de Direito.

Nesse passo, respeitado o regular exercício da missão institucional dos órgãos públicos responsáveis pelas atividades de pesquisa e divulgação de dados e desde que observado o princípio da impessoalidade e demais limitações legais ou constitucionais aplicadas (sigilo imprescindível à segurança da sociedade e do Estado ou defesa da intimidade ou interesse social exigir tal limitação - CF, art. 5º, XXXIII e LX), durante as eleições, é recomendável a execução normal das atividades dos entes com o devido conhecimento dos trabalhos desenvolvidos - de interesse da sociedade -, vez que a restrição - desproporcional e sem amparo legal - à informação pode ser tida como atuação abusiva, causando desigualdade entre os candidatos, além de ofensa a princípios e direitos constitucionais.

2 CONCLUSÃO

O presente estudo enfrentou a questão da aplicabilidade de restrições aos agentes públicos federais em ano de eleições municipais, objetivando tecer considerações segundo a legislação aplicável e entendimentos consagrados pela jurisprudência, especialmente no que tange à realização de pesquisa e sua divulgação.

Entende-se que o tema é revestido de grande relevância, mormente nas condições e circunstâncias atuais, que podem gerar no gestor público dúvidas ou inseguranças referentes à sua correta atuação, de acordo com os princípios da legalidade, impessoalidade, proporcionalidade e moralidade, de modo que as considerações proferidas no presente estudo servem, também, como norte para o alcance desse desiderato.

REFERÊNCIAS

SILVA, José Afonso. *Comentário Contextual à Constituição*. 2. ed. Malheiros, 2006.

SANSEVERINO, Francisco de Assis Vieira. *O “uso da máquina pública” nas campanhas eleitorais: condutas vedadas aos agentes públicos*. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2008.

AGU – ADVOCACIA-GERAL DA UNIÃO. *Condutas vedadas aos agentes públicos federais em eleições: eleições 2014*. Brasília: AGU; Presidência da República/Casa Civil, 2014.

