



Secretaria Executiva de Controle  
e Transparência

NOTA TÉCNICA Nº 001/2026

**Assunto:**

**Publicidade Institucional na Administração Pública – Diretrizes para Uso das Redes Sociais Oficiais do Município**

Base legal:

Constituição Federal  
Constituição do Estado do Espírito Santo  
Lei nº 8.429/1992  
(Lei de Improbidade Administrativa)

Unidade(s) Responsáveis:

Prefeitura Municipal de Alegre  
Secretarias Executivas  
Subsecretaria de Comunicação Social  
Autarquias Municipais

Data:

24/02/2026

Gestores Responsáveis:

Nemrod Emerick  
Secretários Executivos  
Victor de Souza Guerra Vieira  
Diretores de Autarquia

Processo:

N/A

Assunto:

N/A

**Considerando** que o §1º do art. 37 da Constituição Federal estabelece que 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;

**Considerando** que a Constituição do Estado do Espírito Santo reforça tal vedação ao proibir a utilização, pela Administração Pública, de elementos que associem a publicidade institucional à figura do gestor, inclusive mediante logomarcas, slogans, imagens ou símbolos que remetam à sua identificação pessoal ou período administrativo;<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Art. 32. As administrações públicas direta e indireta de quaisquer dos Poderes do Estado e dos Municípios obedecerão aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, finalidade, interesse público, razoabilidade, proporcionalidade e motivação, e também aos seguintes: [...] §1º A publicidade de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos terá caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar elementos que caracterizem promoção pessoal de autoridades, de servidor público ou de partido político, ficando a administração pública direta do Poder Executivo Estadual e Municipal proibida de utilizar logomarcas, slogans, jingles, cores, frases, imagens ou quaisquer outros símbolos que guardem



**Considerando** que a Lei nº 8.429/1992 (Lei de Improbidade Administrativa), em seu art. 11, XII, tipifica como ato de improbidade a prática, no âmbito da Administração Pública e com recursos do erário, de publicidade que contrarie o disposto no §1º do art. 37 da Constituição Federal, de forma a promover enaltecimento do agente público e personalização de atos, programas, obras, serviços ou campanhas;<sup>2</sup>

**Considerando** o entendimento no âmbito dos órgãos de controle, segundo o qual a comunicação institucional deve permanecer estritamente vinculada ao interesse público, vedada qualquer prática que implique personalização da atuação administrativa;<sup>3</sup>

**Considerando** que o compartilhamento, republicação, impulsionamento ou destaque, nas redes sociais oficiais do Município, de conteúdos oriundos de perfis pessoais de agentes públicos, ainda que sob o argumento de ampliação de alcance, pode caracterizar desvio de finalidade quando resultar em associação da imagem pessoal do agente às ações governamentais;

**Considerando** que compete à Secretaria Executiva de Controle e Transparência orientar os gestores quanto às boas práticas administrativas, preventivas e corretivas,

**EXPEDE-SE** a presente **NOTA TÉCNICA**, com o objetivo de fixar diretrizes institucionais relativas ao uso das redes sociais oficiais do Município de Alegre:

A publicidade institucional deve observar rigorosamente o **princípio da impessoalidade**, preservando seu caráter educativo, informativo ou de orientação social. A comunicação governamental deve priorizar o serviço público, a política pública e o interesse coletivo, evitando a centralidade da figura do agente público como elemento predominante da mensagem.

A aparição eventual de agentes públicos em conteúdos institucionais não é vedada, desde que vinculada à prestação de informações de interesse público, sem enaltecimento pessoal, sem linguagem autopromocional e sem transformação do agente em protagonista reiterado da comunicação oficial.

As dinâmicas próprias das redes sociais, marcadas por elevada frequência, apelo visual e informalidade, exigem cautela redobrada da Administração Pública. Ferramentas como publicações efêmeras, vídeos curtos e formatos de alta exposição não podem comprometer o caráter institucional da publicidade, especialmente quando houver repetição sistemática da imagem ou da narrativa pessoal do agente público.

---

associação com a figura do gestor público ou de períodos administrativos. (Nova redação dada pela EC nº 100/2015).

<sup>2</sup> Art. 11. Constitui ato de improbidade administrativa que atenta contra os princípios da administração pública a ação ou omissão dolosa que viole os deveres de honestidade, de imparcialidade e de legalidade, caracterizada por uma das seguintes condutas: [...] XII - 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.

<sup>3</sup> <https://www.mpc.es.gov.br/wp-content/uploads/2021/07/TC-3203-2021-Representacao-MPC-Prefeitura-de-Vila-Velha-promocao-pessoal-do-prefeito.pdf>



No ambiente institucional, tais recursos devem ser utilizados exclusivamente como instrumentos de comunicação pública, e não como meios indiretos de fortalecimento de imagem pessoal.

Ante o exposto, firmam-se as seguintes diretrizes a serem observadas pela administração municipal:

1. As redes sociais oficiais do Município **devem ser utilizadas exclusivamente para comunicação institucional**, com foco no **interesse público**;
2. É **vedado o compartilhamento, republicação, impulsionamento ou promoção**, nos perfis institucionais, de conteúdos provenientes de **perfis pessoais de agentes públicos**, **quando tais conteúdos evidenciem promoção pessoal**;
3. A comunicação oficial **deve priorizar informações sobre serviços, programas, obras, campanhas e políticas públicas**, evitando a **personalização da gestão**;
4. A presença de agentes públicos em conteúdos institucionais **deve ser excepcional, justificada pelo interesse público informativo e desprovida de enaltecimento individual**;
5. Deve-se **evitar a EXPOSIÇÃO REITERADA, COTIDIANA OU PREDOMINANTE DA IMAGEM de autoridades ou servidores como elemento central da publicidade institucional**.

O descumprimento das diretrizes ora fixadas poderá ensejar apuração de responsabilidade administrativa e, conforme as circunstâncias do caso concreto, ser juridicamente valorado como elemento indicativo de dolo, especialmente quando evidenciada a utilização consciente da publicidade institucional em desconformidade com o art. 37, §1º, da Constituição Federal.

Nessas hipóteses, a conduta poderá, em tese, caracterizar ato de improbidade administrativa, nos termos do art. 11, XII, da Lei nº 8.429/1992, sem prejuízo das demais medidas de controle e responsabilização cabíveis.

A SECONT permanecerá acompanhando a observância das presentes diretrizes, colocando-se à disposição para orientações complementares que se fizerem necessária

Atenciosamente,

**KASSIO VALADARES AMORIM**  
Secretário Executivo de Controle e Transparência  
Decreto Municipal nº 13.967/2025

**MONIK APARECIDA NOLASCO DE SOUZA**  
Subsecretária de Controle Interno  
Decreto Municipal nº 13.969/2025