



Serviço Público Federal
Conselho Federal de Medicina Veterinária

VOTO PROCESSO ADMINISTRATIVO 32/2026 - PLENARIO/CFMV/SISTEMA, 14 de maio de 2026

I – PREÂMBULO

Processo SUAP n.º 0110034.00000014/2026-26

Assunto: Pedido de credenciamento e concessão de patrocínio institucional ao evento EXPOPRAG 2026

Relator: Méd.-Vet. Roberto Renato Pinheiro da Silva – CRMV-MT n.º 1364

II – RELATÓRIO

1. Trata-se de processo administrativo instaurado para análise do pedido de credenciamento e concessão de patrocínio institucional apresentado pela Associação dos Controladores de Vetores e Pragas Urbanas – APRAG, referente ao evento EXPOPRAG 2026, previsto para ocorrer no período de 26 a 28 de agosto de 2026, no Frei Caneca Shopping e Convention Center, em São Paulo/SP.
2. De acordo com o plano de trabalho apresentado, a EXPOPRAG 2026 é descrita como feira e congresso voltados ao setor de controle de vetores e pragas urbanas, com previsão de participação de aproximadamente 2.500 pessoas, abrangência nacional, carga horária de 24 horas e programação composta por palestras, visitas à feira e espaços destinados a patrocinadores.
3. O valor solicitado ao CFMV é de **R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais)**, com previsão de contrapartidas de imagem, comunicação e exposição institucional, incluindo, entre outras, a inserção da marca do CFMV em peças gráficas, programação impressa, e-mail marketing, site do evento, banners eletrônicos, fundo de palco, totens, credenciais, backdrop, postagens em redes sociais, citação por mestre de cerimônias, espaço para fala na abertura, exibição de vídeo institucional, distribuição de material institucional e cessão de estande de 42 m².
4. O pedido foi analisado no âmbito do procedimento de credenciamento instaurado para atender à Política de Patrocínio instituída pela Resolução CFMV n.º 1.600/2024, tendo sido objeto de instrução pelas unidades competentes.
5. A Assessoria Jurídica do CFMV, na **ANÁLISE n.º 26/2026 – ASJUR/DE/CFMV/SISTEMA**, apontou a **necessidade de cautela adicional em razão de o evento ocorrer dentro do período de defeso eleitoral**, iniciado em 4 de julho de 2026, especialmente diante da possibilidade de determinadas contrapartidas de visibilidade, divulgação, exposição de marca ou ações de comunicação assumirem contornos de publicidade institucional vedada.
6. Na sequência, por meio da **DECISÃO n.º 290/2026 – PR/DE/CFMV/SISTEMA**, a Presidência encaminhou os autos à Gerência de Comunicação, para manifestação técnica quanto à compatibilidade das contrapartidas propostas com as limitações de publicidade institucional no período eleitoral.
7. A **INFORMAÇÃO n.º 12/2026 – GECOM/SUPEX/DE/CFMV/SISTEMA**, elaborada pela Gerência de Comunicação em conjunto com o Setor de Eventos, concluiu que a participação institucional do CFMV teria natureza técnica, informativa e institucional, ponderando, contudo, **que as contrapartidas demandariam ajustes e condicionantes para assegurar compatibilidade com a legislação eleitoral, especialmente quanto à vedação de publicidade institucional com caráter promocional, personalista ou de exaltação institucional**.
8. Os autos foram, então, encaminhados à deliberação plenária, tendo este Conselheiro sido designado Relator.
9. É o relatório.

III – FUNDAMENTAÇÃO

10. A matéria submetida à apreciação do Plenário não envolve apenas a análise abstrata da relevância do evento ou da regularidade formal do procedimento de credenciamento. O ponto central, neste caso, consiste em verificar se, diante das circunstâncias concretas do projeto, é conveniente, seguro e juridicamente recomendável que o CFMV autorize a concessão de patrocínio institucional a evento cuja **execução ocorrerá integralmente dentro do período de defeso eleitoral.**
11. De início, reconhece-se que o evento possui conteúdo técnico e setorial com relação direta com áreas de interesse da Medicina Veterinária, da saúde pública, da atuação profissional e da responsabilidade técnica, o que evidencia pertinência temática suficiente para justificar sua análise no âmbito da Política de Patrocínio do CFMV. Também se reconhece que o procedimento de credenciamento foi instaurado com fundamento na Resolução CFMV n.º 1.600/2024 e no edital próprio, havendo nos autos análise das instâncias técnicas e administrativas competentes.
12. Todavia, a existência de pertinência temática e a regularidade formal do procedimento não impõem, por si só, a aprovação do patrocínio. A concessão de apoio institucional com transferência de recursos públicos exige juízo discricionário qualificado, pautado não apenas pela aderência do projeto às finalidades institucionais do CFMV, mas também pela oportunidade, conveniência, segurança jurídica, proporcionalidade, proteção da imagem institucional e **observância das restrições aplicáveis ao ano eleitoral.**
13. **No caso concreto, o evento está previsto para ocorrer entre 26 e 28 de agosto de 2026, portanto, dentro do período em que incidem as restrições previstas na legislação eleitoral sobre publicidade institucional.** Conforme destacado nos autos, o calendário eleitoral de 2026 estabelece, a partir de 4 de julho de 2026, o início do período de vedação previsto no art. 73, inciso VI, alínea “b”, da Lei n.º 9.504/1997, segundo o qual é proibido aos agentes públicos autorizar publicidade institucional de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos ou das respectivas entidades da Administração indireta, ressalvadas as hipóteses de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral.
14. Embora o patrocínio institucional não se confunda automaticamente com publicidade institucional vedada, não se pode ignorar que, no presente caso, as contrapartidas apresentadas pela proponente possuem nítido componente de visibilidade, divulgação e exposição institucional da marca do CFMV.
15. Com efeito, o plano de trabalho prevê, entre outras entregas, a exposição do CFMV em peças gráficas, programação impressa, e-mail marketing, site do evento, banners eletrônicos, fundo de palco, totens, credenciais, backdrop, redes sociais, citação por mestre de cerimônias, espaço de fala na abertura, exibição de vídeo institucional, distribuição de material institucional e montagem de estande. Parte dessas contrapartidas alcança público amplo, inclusive por meios digitais, e algumas delas estão previstas para período que se estende até 30 de setembro de 2026, portanto, durante o período eleitoral.
16. Esse conjunto de elementos demonstra que a participação do CFMV não se limitaria, em tese, a uma presença discreta ou meramente operacional. Ao contrário, a modelagem proposta envolve exposição pública da Autarquia, associação institucional ao evento e utilização de instrumentos de comunicação que, ainda que concebidos como contrapartidas negociais, podem ser interpretados como publicidade institucional, especialmente no contexto sensível do período eleitoral.
17. A preocupação aqui não se dirige à entidade proponente, nem representa juízo negativo sobre o evento em si. **O ponto determinante é a preservação da segurança jurídica e institucional do CFMV. Em ano eleitoral, a Administração Pública deve adotar postura de autocontenção, especialmente quando a iniciativa envolve recursos públicos, exposição de marca institucional, espaços de fala, materiais de divulgação e ações de comunicação perante público externo.**
18. Ainda que a Gerência de Comunicação tenha indicado a possibilidade de mitigação de riscos por meio de condicionantes, entendo que, no caso concreto, tais condicionantes não eliminam de forma suficiente o risco jurídico e reputacional associado à aprovação do patrocínio.
19. Isso porque as medidas de mitigação dependeriam de controle permanente e rigoroso sobre múltiplas formas de execução das contrapartidas, inclusive por terceiros, em ambiente externo ao CFMV, durante evento de grande porte e com programação sujeita a alterações. Seria necessário controlar previamente e durante a execução do evento a forma de exposição da marca, o conteúdo de materiais impressos e digitais, a fala de mestre de cerimônias, eventual manifestação em abertura, o conteúdo de vídeos, a distribuição de material institucional, as postagens em redes sociais, a sinalização física, o uso do estande e demais

elementos de comunicação.

20. Trata-se, portanto, de risco operacional relevante. Mesmo que a intenção institucional seja estritamente técnica e informativa, eventual falha na execução das contrapartidas, uso inadequado da marca, exposição excessiva, mensagem promocional, fala pública indevida ou divulgação digital incompatível com o período eleitoral poderia gerar questionamentos perante órgãos de controle e perante a Justiça Eleitoral.
21. **A Administração não deve avaliar apenas a licitude pretendida da ação, mas também a previsibilidade dos riscos de sua execução. Em matéria eleitoral, a prudência recomenda evitar atos que, embora defensáveis sob determinada interpretação, possam gerar dúvida razoável quanto à sua compatibilidade com as vedações legais.** A proteção da impessoalidade, da moralidade administrativa e da igualdade de oportunidades no processo eleitoral justifica a adoção de postura mais restritiva.
22. Além disso, o art. 73, inciso VI, alínea “b”, da Lei n.º 9.504/1997 não exige, para a configuração do risco, que haja promoção pessoal explícita ou pedido de voto. A vedação alcança a autorização de publicidade institucional no período crítico, justamente para impedir que a estrutura e os recursos públicos sejam utilizados, ainda que indiretamente, em contexto capaz de interferir na normalidade e legitimidade do processo eleitoral.
23. **No presente caso, as contrapartidas ofertadas têm finalidade própria de divulgação, visibilidade e exposição institucional.** Não se trata apenas de permitir o comparecimento técnico de representantes do CFMV a evento setorial, mas de aportar recursos financeiros relevantes em troca de entregas de comunicação e presença institucional. Essa circunstância eleva o risco de enquadramento da ação como divulgação institucional em período vedado.
24. **Também deve ser considerado que o próprio reconhecimento, pela área técnica, da necessidade de ajustes e condicionantes demonstra que a proposta, tal como apresentada, não se mostra naturalmente imune a riscos.** Se as contrapartidas precisam ser restringidas, depuradas e monitoradas para evitar conteúdo promocional, personalista ou de exaltação institucional, **é porque há risco concreto a ser administrado**. E, diante da natureza do período eleitoral, a mera possibilidade de mitigação não deve ser confundida com segurança suficiente para autorizar o patrocínio.
25. A finalidade pública do patrocínio institucional deve ser analisada em conjunto com o momento de sua execução. A mesma ação que poderia ser considerada admissível em período ordinário pode se tornar inconveniente ou juridicamente sensível em período eleitoral. O juízo do Plenário, portanto, não deve se limitar à pergunta sobre a importância do evento, mas deve enfrentar a seguinte questão: é necessário, oportuno e seguro que o CFMV aporte R\$ 120.000,00 em patrocínio com contrapartidas de visibilidade institucional durante o período de defeso eleitoral?
26. A resposta, a meu ver, é negativa.
27. Não há nos autos elemento que demonstre situação de grave e urgente necessidade pública capaz de justificar a assunção do risco. O evento possui natureza relevante, mas ordinária, setorial e programada. Não se trata de ação emergencial, indispensável ou inadiável para a proteção imediata da saúde pública ou para o cumprimento de dever legal incontornável do CFMV. Trata-se de oportunidade institucional de participação, cuja conveniência deve ceder diante das restrições e cautelas próprias do ano eleitoral.
28. A aprovação do patrocínio, ainda que com condicionantes, poderia expor o CFMV a questionamentos quanto à observância da legislação eleitoral, à utilização de recursos públicos em ação de comunicação durante o período vedado e à suficiência dos controles adotados para impedir promoção institucional indevida. Tais riscos não são meramente abstratos, pois decorrem diretamente das contrapartidas propostas e do período de realização do evento.
29. **A prudência administrativa recomenda que o Conselho Federal evite a prática de atos que possam ser interpretados como publicidade institucional durante o período eleitoral, sobretudo quando não houver necessidade pública grave e urgente reconhecida pela Justiça Eleitoral.** A preservação da imagem institucional do CFMV, da regularidade do processo eleitoral e da segurança dos gestores deve prevalecer sobre a oportunidade de exposição institucional no evento.
30. Ressalte-se que a negativa do patrocínio não implica desvalorização do evento nem impede que o CFMV, em momento oportuno e fora do período eleitoral, avalie iniciativas semelhantes, desde que observadas as normas internas, os critérios de pertinência institucional, a disponibilidade orçamentária e as cautelas aplicáveis. O indeferimento, neste caso, decorre das circunstâncias específicas de tempo, forma de execução e natureza das contrapartidas previstas.

31. Também não se desconhece que a política de patrocínio do CFMV busca ampliar a presença institucional da Autarquia em eventos técnicos e científicos de interesse do Sistema CFMV/CRMVs. Contudo, a execução dessa política deve ser compatibilizada com o regime jurídico-eleitoral, com os princípios da Administração Pública e com o dever de prevenção de riscos. O interesse institucional em divulgar a atuação do Conselho não pode se sobrepor à cautela exigida no período de defeso eleitoral.
32. Por essas razões, entendo que a solução mais adequada, proporcional e segura é a não aprovação do pedido de credenciamento do projeto para fins de patrocínio e a consequente não concessão do apoio financeiro solicitado, em razão dos riscos jurídicos, institucionais e reputacionais associados à execução das contrapartidas de comunicação durante o período eleitoral.

IV – VOTO

33. Diante do exposto, considerando que o evento EXPOPRAG 2026 está previsto para ocorrer entre os dias 26 e 28 de agosto de 2026, portanto dentro do período de defeso eleitoral, iniciado em 4 de julho de 2026;
34. Considerando que as contrapartidas propostas envolvem relevante exposição institucional do CFMV, inclusive por meio de inserção de marca em materiais impressos e digitais, divulgação em redes sociais, fundo de palco, citação pública, espaço de fala, exibição de vídeo institucional, distribuição de material próprio e cessão de estande;
35. Considerando que tais contrapartidas, embora apresentadas como entregas negociais vinculadas ao patrocínio, possuem natureza comunicacional e podem gerar risco de enquadramento, direto ou indireto, como publicidade institucional em período vedado;
36. Considerando que a mitigação desses riscos dependeria de controle rigoroso e permanente sobre múltiplos atos de execução, inclusive por terceiros e em ambiente externo ao CFMV, o que não elimina de forma suficiente a possibilidade de questionamentos perante os órgãos de controle e a Justiça Eleitoral;
37. Considerando que não se identificou, nos autos, situação de grave e urgente necessidade pública que justifique a assunção de tais riscos em período eleitoral;
38. Considerando, por fim, que a atuação do CFMV deve observar os princípios da impessoalidade, moralidade, **cautela administrativa**, segurança jurídica e proteção da imagem institucional da Autarquia;
39. **VOTO pela não aprovação do pedido de credenciamento** do projeto EXPOPRAG 2026 para fins de patrocínio institucional e, conseqüentemente, pela **não concessão do patrocínio solicitado pela Associação dos Controladores de Vetores e Pragas Urbanas – APRAG, no valor de R\$ 120.000,00**, pelos fundamentos acima apontados.
40. É como voto.

Brasília, 14 de maio de 2026.

Méd.-Vet. Roberto Renato Pinheiro da Silva
CRMV-MT nº 1364
Conselheiro Relator

Documento assinado eletronicamente por:

- **Roberto Renato Pinheiro da Silva, Conselheiro Efetivo do CFMV - CESUP - PLENARIO**, em 14/05/2026 11:34:14.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 12/05/2026. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.cfmv.gov.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 624634

Código de Autenticação: 103cf6dfb3



**SISTEMA
CFMV/CRMVs**
Conselhos Federal e Regionais de Medicina Veterinária

SIA TRECHO 6 Lotes, 130/140, Setor de Indústria e Abastecimento, Brasília / DF,
CEP 71205-60