



Número: **0600058-69.2020.6.24.0003**

Classe: **REPRESENTAÇÃO**

Órgão julgador: **003ª ZONA ELEITORAL DE BLUMENAU SC**

Última distribuição : **27/06/2020**

Valor da causa: **R\$ 0,00**

Assuntos: **Propaganda Política - Propaganda Eleitoral - Extemporânea/Antecipada**

Segredo de justiça? **NÃO**

Justiça gratuita? **NÃO**

Pedido de liminar ou antecipação de tutela? **SIM**

| Partes | Procurador/Terceiro vinculado |
|--|---|
| PARTIDO REPUBLICANO DA ORDEM SOCIAL - PROS MUNICIPAL - BLUMENAU/SC (REPRESENTANTE) | RAY ARECIO REIS (ADVOGADO) |
| PARTIDO NOVO - BLUMENAU - SC - MUNICIPAL (REPRESENTADO) | FERNANDO HENRIQUE BECKER SILVA (ADVOGADO) |
| PROMOTOR ELEITORAL DO ESTADO DE SANTA CATARINA (FISCAL DA LEI) | |

| Documentos | | | |
|-------------|--------------------|--------------------------|----------|
| Id. | Data da Assinatura | Documento | Tipo |
| 25249 61 | 15/07/2020 12:21 | Sentença | Sentença |



JUSTIÇA ELEITORAL
003ª ZONA ELEITORAL DE BLUMENAU SC

REPRESENTAÇÃO (11541) Nº 0600058-69.2020.6.24.0003 / 003ª ZONA ELEITORAL DE BLUMENAU SC
REPRESENTANTE: PARTIDO REPUBLICANO DA ORDEM SOCIAL - PROS MUNICIPAL - BLUMENAU/SC
Advogado do(a) REPRESENTANTE: RAY ARECIO REIS - SC31223
REPRESENTADO: PARTIDO NOVO - BLUMENAU - SC - MUNICIPAL
Advogado do(a) REPRESENTADO: FERNANDO HENRIQUE BECKER SILVA - SC17330

SENTENÇA

RELATÓRIO

Trata-se de representação por prática de propaganda eleitoral antecipada proposta por Partido Republicano da Ordem Social de Blumenau – PROS BLUMENAU devidamente qualificada em face de Partido Novo Blumenau também devidamente qualificado.

Alega, em síntese, que a parte representada afixou 30 *outdoors* na cidade de Blumenau, estes com conteúdo nitidamente eleitoral, em período anterior ao previsto para campanha eleitoral autorizado pela legislação, pleiteando liminar para sua retirada.

A liminar foi deferida, determinando-se a retirada dos referidos *outdoors* em 48 horas, bem como determinando a exibição do aparato contratual que ensejou a publicidade.

Citada, a parte representada manifestou-se contrariamente ao pleito, alegando, em suma: i) erro material na decisão que deferiu a liminar, porquanto não haveria exposição do nº da legenda partidária; ii) inexistência de propaganda antecipada, uma vez que a publicidade foi feita meramente com fins de “campanha partidária”; iii) que as frases constantes nos *outdoors* afixados possuem caráter meramente informativo; iv) ausência de referência à candidatura específica; v) ausência de caráter eleitoral tangível à esfera municipal; vi) inexistência de vedação ao uso de *outdoor* para fins de propaganda partidária.

Postulou, ainda, pela reconsideração da decisão liminar.

Juntou documentação de praxe (documentos de constituição e procuração, Inscrição do CNPJ), bem como documentação concernente à contratação dos *outdoors*.

Postergada a análise do pedido de reconsideração por ocasião da manifestação do Ministério Público Eleitoral.



Intimado o *parquet*, este se manifestou favoravelmente ao pleito para tornar definitiva a decisão liminar e condenar o representado ao pagamento de multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais).

Ao final, o partido representante informou que teria ocorrido o descumprimento parcial da liminar, pugnando pela fixação de multa-diária pelo descumprimento.

Éo relato do necessário.

FUNDAMENTAÇÃO

Apesar de tautológicos, dada a manifestação em prévia decisão interlocutória, são necessários alguns esclarecimentos acerca da propaganda eleitoral.

Sobre esta, cediço que somente é permitida a partir do dia 15 de agosto do ano da eleição, na forma do art. 36 da Lei 9.504/97 e art. 2º da Resolução n. 23.610/2019 do TSE.

Ainda, dispõe o art. 36-A e incisos da mencionada legislação acerca das hipóteses que não configuram propaganda eleitoral antecipada, de forma que, em tese, às situações ali delineadas excepcionam-se aplicação da regra prevista no art. 36, acima mencionado.

Deve-se levar em conta, ainda, que a fase de pré-campanha não está sujeita à prestação de contas e deve ser gratuita, sob pena de ocorrer à violação do princípio de igualdade entre os pré-candidatos e da nítida separação de conteúdo entre as duas fases da campanha eleitoral.

A legislação federal eleitoral vedou expressamente a utilização de *outdoors* como forma de realização de propaganda política, conforme redação dada pela Lei nº 12.891/2013 ao § 8º do art. 39 da Lei n. Lei 9.504/97.

Por outro lado, a jurisprudência do TSE se orientou no sentido de que, a despeito da licitude da exaltação de qualidades próprias para o exercício de mandato ou a divulgação de plataformas de campanha ou planos de governo, resta caracterizado o ilícito eleitoral quando o veículo de manifestação se dá pela utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda.

A mudança na orientação da Jurisprudência da Corte Superior se deu a partir do *leading case* (REspe nº 0600227-31.2018.6.17.0000) em que o TSE julgou configurada a propaganda extemporânea feita por meio de *outdoor*, ainda que ausente pedido explícito de voto, em razão de se tratar de meio inidôneo de Propaganda Eleitoral e, por conseguinte, ser considerado forma proscrita, também, para a propaganda antecipada.

No caso examinado, mesmo o candidato tendo praticado atos permitidos pelo art. 36-A, como exaltação de qualidades próprias para o exercício de mandato ou a divulgação de plataformas de campanha ou planos de governo, o Tribunal entendeu



caracterizado o ilícito eleitoral porquanto, para a divulgação dos atos, o candidato se utilizou de forma proscrita durante o período oficial de propaganda.

Nesses termos, ficou assentado naquele julgado que "aponta ser incompatível a realização de atos de pré-campanha que extrapolem os limites de forma e meio impostos aos atos de campanha eleitoral, sob pena de se permitir desequilíbrio entre os competidores em razão do início precoce da campanha ou em virtude de majorada exposição em razão do uso desmedido de meios de comunicação vedados no período crítico."

Nessa toada, segue a ementa do REspe nº 0600227-31.2018.6.17.0000:

ELEIÇÕES 2018. RECURSO ESPECIAL ELEITORAL. ATOS DE PRÉ-CAMPANHA. DIVULGAÇÃO DE MENSAGEM DE APOIO A CANDIDATO. AUSÊNCIA DE PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTO. UTILIZAÇÃO DE OUTDOORS. MEIO INIDÔNEO. INTERPRETAÇÃO LÓGICA DO SISTEMA ELEITORAL. APLICABILIDADE DAS RESTRIÇÕES IMPOSTAS À PROPAGANDA ELEITORAL AOS ATOS DE PRÉ-CAMPANHA. CIRCUNSTÂNCIAS FÁTICAS QUE APONTAM PARA A CIÊNCIA DO CANDIDATO SOBRE AS PROPAGANDAS. RECURSO PROVIDO.

1. A realização de propaganda, quando desacompanhada de pedido explícito e direto de votos, não enseja irregularidade per se. 2. A interpretação do sistema de propaganda eleitoral aponta ser incompatível a realização de atos de pré-campanha que extrapolem os limites de forma e meio impostos aos atos de campanha eleitoral, sob pena de se permitir desequilíbrio entre os competidores em razão do início precoce da campanha ou em virtude de majorada exposição em razão do uso desmedido de meios de comunicação vedados no período crítico. 3. A despeito da licitude da exaltação de qualidades próprias para o exercício de mandato ou a divulgação de plataformas de campanha ou planos de governo, resta caracterizado o ilícito eleitoral quando o veículo de manifestação se dá pela utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda. 4. As circunstâncias fáticas, do caso ora examinado, de maciço uso de outdoors em diversos Municípios e de expressa menção ao nome do candidato permitem concluir a sua ciência dos atos de pré-campanha, conforme exigência do art. 36, § 3º da Lei das Eleições. 5. A realização de atos de pré-campanha por meio de outdoors importa em ofensa ao art. 39, § 8º da Lei nº 9.504/97 e desafia a imposição da multa, independentemente da existência de pedido explícito de voto. 6. Recurso especial eleitoral provido. (REspe nº 0600227-31.2018.6.17.0000/PE. Relator: Ministro Edson Fachin. Recorrente: Ministério Público Eleitoral. Recorrido: Manoel Jerônimo de Melo Neto)

Feitas tais assertivas, basta se inferir, no caso em apreço, a caracterização, ou não, de propaganda eleitoral antecipada.

Entendo que sim.

A veiculação de publicidade em *outdoor*, por si só, já é capaz de incutir imediato ânimo no eleitor, trata-se de mídia de alto impacto, visível a todos, e que dificilmente passa despercebida, amplia o campo de visão do cidadão comum, colocando



um partido ou candidato em situação muito privilegiada em relação aos demais.

Embora ao que conste dos elementos colacionados aos autos, de fato, não ter havido exposição do número da legenda do partido (30), a congregação dos demais elementos é suficiente à conclusão ora exposta.

A predominância quanto à menção repetitiva do nome do partido e/ou de sua logomarca, corroborada pelos demais elementos visuais impregnam-se no consciente do transeunte.

A utilização 03 *outdoors* sobrepostos, a exemplo da documentação de ID 1992638, pág. 1, além de causar grande impacto visual, domina o ambiente, tratando-se da única publicidade no local.

Pelos mesmos motivos, a alegação de mero caráter informativo da mensagem perpetrada não se sustenta, uma vez que se tal fosse o objetivo, seria desnecessária a afixação de 03 peças sobrepostas, sendo que uma delas, inclusive, consta tão somente a logo e o nome da agremiação no âmbito municipal.

Nem há que se falar, ainda, em irrelevância da matéria debatida em âmbito nacional para as eleições municipais, porquanto a informação da forma que foi divulgada, certamente aproveita a todos os candidatos da referida agremiação, independentemente do município em que pretendem disputar o pleito que sucede.

A referida veiculação tende a facilitar a escolha do voto pelo cidadão. Bastaria ao mesmo, por exemplo, em uma era em que a *internet* domina os meios de informação e, eventualmente cativado pelas malfadadas mensagens publicitárias, uma questão de segundos para descobrir quais seriam os pré-candidatos do partido representado e o seu alinhamento com as políticas propostas pelo partido, portanto, tendo seu voto influenciado em época inoportuna.

Outro elemento que restou confirmado pela anexação da documentação (notas fiscais, ID 2359927, pág. 1) é a violação ao princípio da igualdade de oportunidade entre os contendores, tendo em vista o pagamento de R\$ 12.000,00 (doze mil reais) pela afixação de nada menos que 30 *outdoors* neste município, ou seja, tal agir evidencia indevida vantagem, pois certamente não disponíveis a todos os partidos e/ou candidatos.

Colhe-se de elucidativo voto proferido pela Ministra Rosa Weber no julgamento do Agravo Regimental n. 16-18.2016.6.26.0306 de Santo André, São Paulo. Relator: Ministro Napoleão Nunes Maia Filho, TSE (grifo meu):

[...] Assim, por exemplo, desde que não haja pedido expresso de voto, não configura propaganda antecipada a divulgação de posicionamento pessoal sobre questão política, nos termos do inciso V do art. 36-A da Lei das Eleições³. Todavia, se, para divulgação desse posicionamento pessoal, o pré-candidato contrata espaço publicitário na televisão, certamente há propaganda não só antecipada como vedada.

É exatamente essa a situação destes autos, em que o TREISP reconheceu a



existência de outdoor - embora ambulante -, modalidade de propaganda expressamente proibida pelo § 8º do art. 39 da Lei das Eleições:

[...]

Assim sendo, em princípio, entendo que seria o caso de dar provimento ao agravo regimental para negar provimento ao recurso especial eleitoral, porquanto, ainda que não haja pedido expresso de voto, não são aceitas durante o período pré-eleitoral condutas que não seriam modalidades admissíveis de propaganda no período em que esta é permitida.

Não se pretende aqui supor o veto de toda e qualquer propaganda pré-eleitoral, ainda que realizadas por intermédio de *outdoor*, mas sim afastar, tão e unicamente, as práticas que vão além do permissivo legal.

Em outro julgado, o TSE assim decidiu:

Tal como destaquei na decisão liminar (id 14090), o uso da ferramenta outdoor, considerando a sua vedação expressa na lei eleitoral como meio publicitário de campanha (art. 39, § 8º, Lei 9.504/97) – sendo vedado inclusive em caráter intrapartidário (art. 36, § 1º) – acarretou no claro e insofismável epílogo de inviabilidade do seu uso também durante o chamado período de “pré-campanha eleitoral”.

Ora, como decorrência da proporcionalidade, “quem pode o mais, pode o menos, mas quem só pode o menos, não pode o mais” (a minori, ad maius). Desse modo, permitir-se o uso da reputada ferramenta em período no qual – pelo menos do ponto de vista legal (art. 36, Lei 9.504/97) – não é permitida propaganda eleitoral, redundaria no contrassenso de possibilitar-se a utilização, em período de publicidade restrita, de instrumentos não permitidos nem mesmo no período de ampla campanha, desde que apenas não conste pedido expresso de voto.

Como já destaquei em diversas outras decisões, na aplicação da Lei o juiz deve estar atento aos seus fins sociais e às exigências do bem comum (art. 5º da LINDB). Não é ser crível, portanto, que fiquemos atentos tão somente a uma fórmula ritual de análise dos atos de “pré-campanha”, entendendo como regulares toda e qualquer forma de abordagem pública realizada por potenciais candidatos e partidos, desde não conste o anátema “vote (m) em mim” ou expressão equivalente.

Na linha da jurisprudência deste Tribunal Superior, situação dos autos, configura ilícito eleitoral a veiculação de atos de pré-campanha em meios proibidos para atos de campanha eleitoral, independentemente da existência de pedido explícito de voto no material publicitário. (TSE: AGRAVO DE INSTRUMENTO Nº 0600037-63.2018.6.10.0000 – MARANHÃO. Brasília, 1º de agosto de 2019. Ministro Tarcisio Vieira de Carvalho Neto)

Aliás, o TRE/SC também entende da mesma forma:

ELEIÇÕES 2016 - RECURSO - REPRESENTAÇÃO - PROPAGANDA



ELEITORAL ANTECIPADA - ANO ELEITORAL - USO DE OUTDOOR FORA DO PERÍODO ELEITORAL PARA DIVULGAÇÃO DE ATOS PARLAMENTARES - LEI N. 9.504/1997, ART. 36-A, IV, E ART. 39, § 8º- FORMA VEDADA. As formas de propaganda vedadas durante o processo eleitoral também são vedadas no período da pré-campanha, mesmo que as mensagens veiculadas sejam permitidas pelo art. 36-A, e seus incisos, da Lei 9.504/97 e submetem o pré-candidato às mesmas sanções previstas para os casos de infração às regras da propaganda eleitoral. (TRE/SC, Recurso Eleitoral n. 29-75.2016.6.24.0046, Relator Helio David Vieira Figueira dos Santos).

Assim, tendo excedido o representado os limites da legislação atinente às campanhas eleitorais, de ser acolhida a presente representação.

DISPOSITIVO

Ante o exposto, julgo procedente a representação proposta por Partido Republicano da Ordem Social – PROS Municipal – Blumenau/SC em face do Partido Novo – Blumenau – SC - Municipal para reconhecer a prática de ilícito eleitoral configurado em propaganda eleitoral antecipada e, conseqüentemente, aplicar ao partido representado a multa equivalente a R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), nos termos do § 8º, do art. 39, da Lei n. 9.504/97.

Conseqüentemente, resta confirmada a liminar deferida.

Rejeito, ainda, o pedido de aplicação da multa pelo seu descumprimento, na medida em que o resultado prático, ao que tudo se indica, mostrou-se suficiente ao cumprimento do imperativo.

Ainda, acolho o pleito de ID 2471725 e determino a remessa de cópia da presente representação à 088ª Zona Eleitoral para a análise quanto à adoção de providências que entender cabíveis.

Dê-se ciência ao MPE.

Publique-se. Registre-se. Intime-se (preferencialmente por email).

CÍNTIA GONCALVES COSTI

Juíza da 3ª ZONA ELEITORAL DE BLUMENAU SC

