



Número: **0600043-26.2024.6.18.0004**

Classe: **REPRESENTAÇÃO**

Órgão julgador: **004ª ZONA ELEITORAL DE PARNAÍBA PI**

Última distribuição : **23/06/2024**

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? **NÃO**

Partes	Advogados
11 PROGRESSISTAS PARNAIBA PI MUNICIPAL (REPRESENTANTE)	
	JOAO MEDEIROS DA ROCHA JUNIOR (ADVOGADO) MIGUEL BEZERRA NETO (ADVOGADO) CELSO GONCALVES CORDEIRO NETO (ADVOGADO) ELIAQUIM SOUSA NUNES (ADVOGADO) BRUNA OLIVEIRA GONCALVES (ADVOGADO) CARLOS HENRIQUE QUIXABA SILVA (ADVOGADO)
JOSE HELIO DE CARVALHO OLIVEIRA (REPRESENTADO)	
	WILDSON DE ALMEIDA OLIVEIRA SOUSA (ADVOGADO) MARCUS VINICIUS SANTOS SPINDOLA RODRIGUES (ADVOGADO) YURE NUNES DA SILVA (ADVOGADO)
MOVIMENTO DEMOCRATICO BRASILEIRO - PARNAIBA - P I - MUNICIPAL (REPRESENTADO)	

Outros participantes	
PROMOTOR ELEITORAL DO ESTADO DO PIAUÍ (FISCAL DA LEI)	

Documentos			
Id.	Data da Assinatura	Documento	Tipo
122448723	12/08/2024 17:06	Sentença	Sentença



JUSTIÇA ELEITORAL
004ª ZONA ELEITORAL DE PARNAÍBA PI

REPRESENTAÇÃO (11541) Nº 0600043-26.2024.6.18.0004 / 004ª ZONA ELEITORAL DE PARNAÍBA PI

REPRESENTANTE: 11 PROGRESSISTAS PARNAIBA PI MUNICIPAL

Advogados do(a) REPRESENTANTE: JOAO MEDEIROS DA ROCHA JUNIOR - PI6008, MIGUEL BEZERRA NETO - PI2088, CELSO GONCALVES CORDEIRO NETO - PI3958, ELIAQUIM SOUSA NUNES - PI15080, BRUNA OLIVEIRA GONCALVES - PI15472, CARLOS HENRIQUE QUIXABA SILVA - PI10696

REPRESENTADO: JOSE HELIO DE CARVALHO OLIVEIRA, MOVIMENTO DEMOCRATICO BRASILEIRO - PARNAIBA - P I - MUNICIPAL

Advogados do(a) REPRESENTADO: WILDSON DE ALMEIDA OLIVEIRA SOUSA - PI5845-A, MARCUS VINICIUS SANTOS SPINDOLA RODRIGUES - PI12276-A, YURE NUNES DA SILVA - PI19264

SENTENÇA

Vistos etc.

Trata-se de **REPRESENTAÇÃO ELEITORAL POR PROPAGANDA ANTECIPADA ILEGAL** (ID n.º 122297508), proposta pelo **PP – PARTIDO PROGRESSISTA** em face de **DR. HELIO OLIVEIRA** e contra o **PARTIDO MDB**, já devidamente qualificados no processo retro, onde se alega e requer o seguinte:

No dia 15 do fluente mês e ano o MDB e o pré-candidato representados realizaram um ato público, na escola Simplício Dias da Silva (SESI), localizada na Av. Pinheiro Machado com a presença de inúmeras pessoas, autoridades, inclusive com a do Governador do Estado, Rafael Fonteles, transformando o evento em um grande ato político-partidário e em propaganda eleitoral antecipada. O evento iniciou-se a partir das 17horas. Pois bem, por volta das 16 horas do mesmo dia, o apoiador do pré-candidato de nome Ferreira Neto, promoveu na frente da casa de seus familiares localizada na Av. São Sebastião um ajuntamento de pessoas para saírem em carreata (isso mesmo CARREATA) até o local do evento citado. Naquela ocasião, foram distribuídos adesivos a motocicletas e carros, e contou com mais de dois carros de som (paredões), além de uma charanga. Claramente podemos ver das imagens extraídas do Instagram do próprio patrocinador do malfadado evento ilegal que aquele ato se constituiu de afrontosa propaganda extemporânea. Veja até onde vai a certeza da impunidade, posto que houve a divulgação na rede social do próprio Ferreira Neto, que, pelo que consta, é um dos coordenadores de campanha do pré-candidato Dr. Hélio Oliveira. Portanto tinha a permissão e conhecimento do mesmo para realizar o ato, que dele se beneficiou. Por fim, requereu a **PROCEDÊNCIA DA PRESENTE REPRESENTAÇÃO ELEITORAL** para determinar que os **representados** eximam-se de continuar praticando as condutas ilegais e a aplicação da pena de multa a todos eles, dosando-a em consonância com os critérios legais, conforme Lei n.º 9.504/97, no grau máximo, R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais).

Juntou a procuração e documentos (ID n.º 122297509; 122297510; 122297511; 122297512).

Emenda à inicial (ID n.º 122298111).

Despacho inicial (ID n.º 122301093).

Citações dos **representados** (ID n.º 1220320945 e 122320947).

Defesa eleitoral (ID n.º 122326200), em o **representado** jamais organizou, participou ou divulgou os supostos fatos narrados na exordial. Prova disso, é que no vídeo (ID n.º 122297512) colacionado pelo **representante**, o **representado** somente aparece no frame do 1'08" e no local fechado onde foi realizado o evento político. Ademais, o referido vídeo possui diversos cortes que impedem a verificação dos locais em que foi gravado, muito menos o contexto das imagens que foram captadas, prejudicando a constatação de que teria ocorrido a suposta carreata. No que se refere ao vídeo ID n.º 122297510, pelo pouco que registra, é possível apenas constatar um pequeno grupo de pessoas reunidas, em local incerto, sem qualquer relação com o **representado** ou com sua pré-candidatura. Já em relação à fotografia Id n.º 122297511, nada mais é que um *print* aparentemente extraído da rede social do Sr. Ferreira Neto, no qual este declara apoio à candidatura do **representado**, não possuindo qualquer relação com a suposta carreata. Outrossim, é imprescindível registrar que a suposta aglomeração de pessoas/carreta teria ocorrido em local distante de onde estava do **representado** (SESI Parnaíba), o que impede que o representado tivesse o prévio conhecimento do referido ato. Portanto, não houve atos de propaganda antecipada, a legislação eleitoral e a jurisprudência são pacíficas no sentido de que somente ocorre propaganda extemporânea com a ocorrência, cumulativamente, de três elementos: referência ao cargo, à candidatura e o pedido expresso de voto. É de fácil percepção que os fatos expostos na inicial não apresentam qualquer relação com o representado, uma vez que, segundo o próprio representante, a referida carreata teria sido promovida por um “apoiador do pré-candidato de nome Ferreira Neto”. A bem da verdade, o Sr. Ferreira Neto sequer é filiado ao partido representado (MDB), sendo na verdade, presidente do PARTIDO DEMOCRÁTICO TRABALHISTA – PDT, conforme informação extraída do Sistema de Gerenciamento de Informações Partidárias – SGIP da Justiça Eleitoral. Não é demais ressaltar que o objeto da lide, não demonstra quaisquer gravidades ao prélio eleitoral que se avizinha, o representado não apresenta qualquer benefício eleitoral em virtude do suposto ilícito eleitoral, sendo assim desarrazoado alguma punição superior ao mínimo legal, qual seja, a multa em seu patamar menor. Por tais motivos, considerando o princípio da proporcionalidade, caso ocorra uma condenação, requer que seja aplicado uma multa em seu patamar mínimo. Ao final, requereu a improcedência do pedido, e, acaso for superado o pedido anterior, o que se considera apenas por força de argumentação, que o **representado** seja condenado em multa em seu patamar mínimo.

Juntou a procuração e documentos (ID n.º 122326201 e 122326202).

Instado a se manifestar, o *Parquet* eleitoral opinou pela improcedência da representação (ID n.º 122427436).

É o relatório.

DECIDO.

Classicamente, o Tribunal Superior Eleitoral criou o conceito tripartite de propaganda eleitoral, definindo-o como todo o ato “**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**” (TSE, Recurso Especial Eleitoral n.º 161-83, Relator Min. José Eduardo Rangel de Alckmin, Data de Julgamento 17.02.2000, DJ – Diário da Justiça 31.03.2000, p. 126). Como se vê, esse conceito limitava enormemente a exposição de figuras públicas, filiados a partidos políticos, pré-candidatos e candidatos, enfim, a discussão de assuntos de caráter político nos meses que antecediam o período eleitoral.

Com a minirreforma operada pela Lei n.º 12.034/2009, o novo art. 36-A excluiu das hipóteses de configuração de propaganda eleitoral antecipada (i) “**a participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, desde que não haja pedido de votos, observado pelas emissoras de rádio e de televisão o dever de conferir tratamento isonômico**”; (ii) “**a realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos**”.

políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, planos de governos

ou alianças partidárias visando às eleições”; (iii) **“a realização de prévias partidárias e sua divulgação pelos instrumentos de comunicação intrapartidária”;** e (iv) **“a divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se mencione a possível candidatura, ou se faça pedido de votos ou de apoio eleitoral”.**

Desde já, extrai-se que, ao buscar a regulação específica da propaganda pré-eleitoral, o legislador procurou dar mais concretude ao princípio da liberdade da propaganda política em si, excluindo diversas situações materiais daquilo que historicamente a jurisprudência sempre considerou propaganda eleitoral antecipada, quando da análise do caso concreto. Na verdade, o próprio conceito de propaganda eleitoral antecipada é jurisprudencial, o que deixava qualquer caso de exposição pública de supostos pré-candidatos à mercê de decisões nem sempre uniformes e coerentes dos tribunais eleitorais pátrios.

Fávila Ribeiro conceituou que propaganda é **“um conjunto de técnicas empregadas para sugerir pessoas na tomada de decisão”**, dispensando o **“esforço persuasivo para demonstração lógica da procedência de um tema”**, mas sempre destinada a influenciar a opinião ou a conduta alheia (Direito eleitoral. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense. _____. (1990). Pressupostos constitucionais do direito eleitoral: no caminho da sociedade participativa. Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris Editor, 1986, p. 289). Debruçado sobre esse conceito, por sua vez, Carlos Neves Filho entende que a **“propaganda política democrática é a tentativa de criar estados mentais favoráveis às propostas e às realizações políticas, mas calcadas no debate e na livre circulação de informações e ideias”** (Propaganda eleitoral e o princípio da liberdade da propaganda política. Belo Horizonte: Fórum, 2012, p. 20).

A doutrina brasileira costuma discriminar quatro espécies de propaganda política: a propaganda partidária, a propaganda intrapartidária, a publicidade institucional e a propaganda político-eleitoral, propriamente dita.

A **propaganda partidária** é aquela garantida constitucionalmente pelo artigo 17, § 3º, da Constituição e regulamentada pelo artigo 45 da Lei Orgânica dos Partidos Políticos, exclusivamente para **“difundir os programas partidários”;** **“transmitir mensagens aos filiados sobre a execução do programa partidário, dos eventos com este relacionados e das atividades congressuais do partido”;** **“divulgar a posição do partido em relação a temas político-comunitários”** e **“promover e difundir a participação política feminina, dedicando às mulheres o tempo que será fixado pelo órgão nacional de direção partidária, observado o mínimo de 10% (dez por cento)”**. Em síntese, a propaganda partidária é aquela desvinculada de um pleito eleitoral específico, com ênfase na **“apresentação da ideologia, do quadro e do programa partidários à população em geral, buscando fortalecer os seus ideais e bandeiras, a ponto de atrair novos adeptos, simpatizantes e filiados, além de incitar os já participantes a promovê-los”** (Neves Filho. Propaganda eleitoral e o princípio da liberdade da propaganda política. Belo Horizonte: Fórum. 2012, p. 37).

A propaganda intrapartidária é aquela voltada exclusivamente para o filiado ao partido político, a qual, além do já constante no inciso III do artigo 36 da Lei Eleitoral, agora também se encontra regulada pelo artigo 36-A, III, que excetuou do conceito de propaganda eleitoral antecipada **“a realização de prévias partidárias e sua divulgação pelos instrumentos de comunicação intrapartidária”**. Segundo Carlos Neves Filho, tal propaganda ainda se divide entre propaganda em prévias partidárias e propaganda pré-convenção (Neves Filho. Propaganda eleitoral e o princípio da liberdade da propaganda política. Belo Horizonte: Fórum, 2012, p. 44), sendo vedada a sua divulgação livre por meio da internet e com a participação de não filiados.

Limites estes traçados pelo Tribunal Superior Eleitoral em resposta à Consulta n.º 1.673:

“EMENTA: CONSULTA. PARTIDO POLÍTICO. PRÉVIAS ELEITORAIS. 1. Quanto à data para realização das prévias, consulta não conhecida, ressalvada a posição do relator. 2. A divulgação das prévias

não pode revestir caráter de propaganda eleitoral antecipada, razão pela qual se limita a consulta de opinião dentro do partido. 1) A divulgação das prévias por meio de página na internet extrapola o limite interno do Partido e, por conseguinte, compromete a fiscalização, pela Justiça Eleitoral, do seu alcance. 2) Tendo em vista a restrição de que a divulgação das prévias não pode ultrapassar o âmbito intrapartidário, as mensagens eletrônicas são permitidas apenas aos filiados do partido. 3) Nos termos do art. 36, § 3º da Lei nº 9.504/97, que pode ser estendido por analogia às prévias, não se veda o uso de faixas e cartazes para realização de propaganda intrapartidária, desde que em local próximo da realização das prévias, com mensagem aos filiados. (Nesse sentido, Agravo nº 4.798, Rel. Min. Gilmar Mendes, DJ 05.11.2004; REspe nº 19.162, Rel. Min. Costa Porto, DJ 17.08.2001). 4) Na esteira dos precedentes desta e. Corte que cuidam de propaganda intrapartidária, entende-se que somente a confecção de panfletos para distribuição aos filiados, dentro dos limites do partido, não encontra, por si só, vedação na legislação eleitoral. (Agravo nº 5.097, Rel. Min. Caputo Bastos, DJ 9.11.2004; REspe nº 19.254, Rel. Min. Sálvio de Figueiredo Teixeira, DJ 8.5.2001). 5) Assim como as mensagens eletrônicas, o envio de cartas, como forma de propaganda intrapartidária, é permitido por ocasião das prévias, desde que essas sejam dirigidas exclusivamente aos filiados do partido. 6) Incabível autorizar matérias pagas em meios de comunicação, uma vez que ultrapassam ou podem ultrapassar o âmbito partidário e atingir, por conseguinte, toda a comunidade. (Rel. Min. Nelson Jobim, REspe nº 16.959, DJ 21.5.2001). 3. Os eleitores não filiados ao partido político não podem participar das prévias sob pena de tornar letra morta a proibição de propaganda extemporânea. 4. Pode o e. TSE fornecer ao diretório do partido a lista atualizada dos seus filiados, porém, sem indicação de endereço (art. 29, Res.-TSE 21.538/2003 e art. 19 da Lei nº 9.096/95). 5. O Partido pode utilizar verbas do Fundo Partidário para pagamento de gastos com a referida propaganda intrapartidária, alocando-os nas rubricas previstas nos incisos I e/ou IV do art. 44 da Lei nº 9.096/95 (v.g. manutenção dos serviços do partido). 6. O Partido pode receber doações e pessoas físicas ou jurídicas para financiar a propaganda intrapartidária, bem como para a realização das prévias partidárias, nos termos do art. 39, *caput*, c.c. o § 1º, da Lei nº 9.096/95. 7. O postulante à candidatura a cargo eletivo não pode receber doações de pessoas físicas ou jurídicas para financiar a sua propaganda intrapartidária, uma vez que não ostenta a condição de candidato (art. 23, *caput*, da Lei nº 9.504/97 e art. 19, §1º, da Lei nº 9.504/97). 8. A Justiça Eleitoral pode fornecer urnas eletrônicas ao partido político para a realização de suas prévias, nos termos do art. 1º do Código Eleitoral e da Res.-TSE nº 22.685/DF”. TSE, Consulta nº 1.673 – Brasília, Relator Min. Félix Fisher, Data de Julgamento 24.03.2009, DJe – Diário da Justiça Eletrônico 01.09.2009, p. 47-8)

A **publicidade institucional** não é aquela afeta à vida político-eleitoral, é aquela autorizada por agente público, custeada por recursos dos entes da administração direta e indireta e destinada a divulgar, em caráter informativo e educativo, os atos, programas, serviços e campanhas, “**dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos**”, conforme previsão do § 1º, do artigo 37, Constitucional. Tal publicidade é vedada dentro dos três meses que antecedem o pleito, exceto “**em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral**” (artigo 73, VI, “b”, da Lei Eleitoral9).

Contudo, não parece ser coerente com o conceito de propaganda acima delineado considerar como propaganda política toda forma de publicidade institucional quando esta não tem a finalidade de **“convencer a população em geral da qualidade da gestão pública e os benefícios que esta vem trazendo à população”**, ao contrário do que defende Carlos Neves Filho (Neves Filho, 2012, p. 48). A publicidade institucional é mais, é a materialização do princípio constitucional da publicidade administrativa, do direito de informação dos cidadãos e do dever de transparência do Estado, é instrumento de garantia de participação e controle social da administração (MENDES, G. F.; BRANCO, P. G. G. (2012). Curso de direito constitucional. 7. ed.rev. e atual. São Paulo: Saraiva. p. 895-896), e não meio de criação de estados mentais favoráveis no destinatário da mensagem.

Essa publicidade institucional pode ser instrumento de persuasão, traduzindo-se esta sim em propaganda governamental, ligada à atividade de fomento público, de **“indução institucional para a prática de determinadas ações”**, como as campanhas de vacinação ou de educação no trânsito, sempre de **“caráter cívico e impessoal”** (GABARDO, E.; SALGADO, E. D. (2012). O princípio da publicidade e os abusos de poder político e econômico na democracia contemporânea. In: AFFORNALLI, M. C. N. M.; GABARDO, E. (coords.). Direito, informação e cultura: o desenvolvimento social a partir de uma linguagem democrática. Simpósio Comunicação, Cultura de Massas, Globalização e Direito: II Congresso Ciências, Tecnologías y Cultura. Diálogo entre las Disciplinas del Conocimiento. Anais... Belo Horizonte: Fórum. p. 149-171, 2012, p. 153-154). Ou ao menos deveriam ser, visto que elaboradas e custosas técnicas de marketing ainda são amplamente utilizadas por gestores públicos para a produção de verdadeira propaganda institucional pessoalizada, extrapolando os limites traçados pelo § 1º do artigo 37 da Constituição da República.

Por fim, temos a **propaganda político-eleitoral propriamente dita**, aquela permitida apenas **“após o dia 5 de julho”** do ano eleitoral, com a finalidade de **“dar conhecimento ao público de determinada candidatura a cargo eletivo e, por conseguinte, captar o voto do eleitor”** (Madruga, 2012, p. 357). É o meio de comunicação direto entre candidato e eleitor durante a campanha eleitoral, diferenciando-se das demais formas de propaganda política, dada sua finalidade específica de obtenção do voto e sua **“(quase) exclusividade no período pré-eleição”** (Propaganda eleitoral e o princípio da liberdade da propaganda política. Belo Horizonte: Fórum, 2012, p. 50-51).

Seja em qualquer dessas espécies, só há que se falar em propaganda política atrelada à ideia de liberdade. E a liberdade da propaganda política decorre diretamente da liberdade de expressão insculpida na Constituição Federal.

A propaganda política nada mais é do que expressão da opinião política, ou seja, uma projeção da liberdade de expressão na esfera política, calcada constitucionalmente e, por isso, impõe a **“abstenção dos destinatários passivos (Estado e particulares), inclusive em editar normas legais e infralegais que a limitem; como também autoriza a busca pelo cumprimento efetivo dos direitos a prestações”** (Neves Filho, 2012, p. 22-24), como o direito de antena aos partidos políticos (propaganda partidária) e o acesso isonômico ao rádio e à televisão durante a campanha eleitoral (propaganda eleitoral).

Avançando no tema, destaca Fávila Ribeiro que só há que se falar em liberdade em conjunto com a igualdade de oportunidades: **“a proteção a ser atribuída à propaganda está em função da liberdade individual de pensamento”**, a qual, por não ser atributo apenas de alguns, deve ser acessível a todos, **“adquirindo expressiva dimensão social com o estabelecimento de um ambiente propício ao debate de ideias, ao confronto de opiniões”** (Direito eleitoral. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense. _____. (1990). Pressupostos constitucionais do direito eleitoral: no caminho da sociedade participativa. Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris Editor, 1986, p. 294). Quanto às eleições, a liberdade de propaganda se tornou **“condição básica do processo eleitoral, garantindo a persistência de seguro esquema para funcionamento da competição democrática”**.

“As normas protetoras da liberdade aparecem em funcional implicação



com os postulados de igualdade. Com a liberdade erguem-se as defesas dos eleitores, dos candidatos e dos partidos, impedindo os cerceamentos provindos das agências estatais. Por sua vez, com a igualdade, as defesas são mobilizadas para enfrentar as situações privilegiadas, as dominações sociais que possam de alguma maneira embaraçar e desnivelar o livre diálogo democrático”. (Ribeiro, 1986, p. 308).

De um lado, Joel José Cândido reconhece que os partidos e candidatos têm na propaganda política livre **“o meio mais eficiente de veicular seus programas e ideias, suas metas e propostas, suas plataformas e compromissos”**, mas, de outro, alerta que não é possível ao Estado **“deixar de regular o exercício do direito à propaganda política”**, sob o risco de sacrificar valores como a soberania, a manutenção da ordem pública, a moral e os bons costumes, o controle do abuso de poder e os princípios fundamentais da forma e do sistema de governo (Cândido, 2004, p. 150). Portanto, conclui-se que, nos termos dos artigos 16 e 17, § 3º, da Constituição da República, incide também sobre a propaganda política, como sobre todo o processo eleitoral, o princípio da legalidade estrita, ou seja, que somente a lei formal (do Parlamento) pode disciplinar o acesso e o exercício da propaganda política por partidos e candidatos.

Assim, a regulação da propaganda eleitoral nada mais é do que uma forma de prestação positiva do Estado a serviço da máxima liberdade e igualdade dentro do debate político-eleitoral, cânones estes fundamentais à própria autenticidade do voto.

Historicamente, ao apreciar situações fáticas de suposta afronta ao artigo 36 da Lei n.º 9.504/97, o Tribunal Superior Eleitoral consolidou o posicionamento de que **“constitui ato de propaganda eleitoral aquele que levar ao conhecimento geral, ainda que de forma dissimulada, a candidatura, a ação política ou as razões que levem a inferir que o beneficiário seja o mais apto para a função pública”** interpretação esta retirada do Acórdão n.º 26.721, de Relatoria do Ministro Marcelo Ribeiro em 24 de setembro de 2009, dias antes da promulgação da Lei n.º 12.034.

Ou seja, sempre se fez uso de um conceito jurisprudencial para delimitar o que poderia ser considerado ilegal ou o que representava mera livre manifestação do pensamento político. Em tal concepção, fica claro que a propaganda eleitoral antecipada era aquela que decorria da extrapolação ou desvirtuamento eleitoral dos limites da promoção pessoal do suposto “pré-candidato”, destinado a incutir na mente do eleitor, até sem este se aperceber (“ainda que de forma dissimulada”), que ele mereceria seu voto no pleito vindouro.

A partir dessa construção dos tribunais, para Sydnei Pessoa Madruga, existiriam dois tipos de propaganda eleitoral antecipada: a propaganda eleitoral antecipada direta, em que **“se constata fácil e abertamente um pedido explícito de voto, apoio ou indicação de em quem votar”**, pouco utilizada, e a propaganda eleitoral antecipada indireta, subliminar, que atua no **“inconsciente das pessoas de forma aleivosa, sem que elas próprias percebam, quase invisível por assim dizer e de difícil percepção num primeiro momento”** (Propaganda eleitoral. Espécies. Propaganda antecipada. Propaganda na Internet. In: RAMOS, A. C. (coord.). Temas de direito eleitoral no século XXI. Brasília: Escola Superior do Ministério Público da União, 2012, p. 359-360).

Ocorre que, dentro do trabalho de imprensa e de comunicação, não há mais como se dar respaldo a um entendimento jurisprudencial que busca conceituar uma situação fática hoje disciplinada expressamente pela Lei Eleitoral em seu artigo 36-A, introduzido pela Lei n.º 12.034/2009, por mais pacificado que esteja. Principalmente quando tal conceito tem o condão de cercear a exposição e o conteúdo da participação de personalidades públicas nos meios de comunicação de massa e estender aquilo que o próprio legislador autorizou, o que afronta o princípio da legalidade específica da propaganda política.

Estabelece o artigo 36-A da Lei Eleitoral quatro hipóteses que não podem ser consideradas atos de propaganda eleitoral antecipada:



“(i) A participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, desde que não haja pedido de votos, observado pelas emissoras de rádio e de televisão o dever de conferir tratamento isonômico;

(ii) A realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, planos de governos ou alianças partidárias visando às eleições;

(iii) A realização de prévias partidárias e sua divulgação pelos instrumentos de comunicação intrapartidária; ou

(iv) A divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se mencione a possível candidatura, ou se faça pedido de votos ou de apoio eleitoral.”

Quanto aos incisos II e III, não há qualquer controvérsia. Procurou o legislador traçar objetivamente os limites da **propaganda eleitoral intrapartidária** (supra), realizadas durante as prévias partidárias e previamente à convenção, veiculada somente pelos meios de comunicação intrapartidários e direcionada exclusivamente a seus filiados, sob pena de ofensa ao artigo 36 do diploma eleitoral.

O inciso IV exclui do conceito de propaganda eleitoral antecipada **“a divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se mencione a possível candidatura, ou se faça pedido de votos ou de apoio eleitoral”**, garantindo ao ocupante do mandato parlamentar o privilégio de divulgar sua (particular e pessoalizada) atuação pública ao eleitorado fora do período eleitoral, teoricamente porque, sendo o parlamentar representante popular, não se poderia vedar sua comunicação com os cidadãos que o elegeram e com a sociedade em geral (GOMES, J. J. (2012). Direito eleitoral. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2012, p. 359). Vedam-se somente a menção “a possível candidatura” e o pedido explícito de votos ou de apoio eleitoral, a conotação eleitoral na propaganda.

O inciso I, no entanto, é o dispositivo que merece melhor análise.

Nessa hipótese de exclusão de ofensa ao artigo 36, ficou evidente a intenção do legislador de ampliar o debate político para além do período de prévio às eleições (16 de agosto), reconhecendo a existência da figura do “pré-candidato” e permitindo expressamente a ele a possibilidade de participação em programas, entrevistas, encontros e debates no rádio, na televisão e na internet, e, naturalmente, de exporem livremente suas “plataformas e projetos políticos”. Em outras palavras, esse dispositivo esvazia completamente o clássico conceito de propaganda eleitoral antecipada.

Ao permitir que o pré-candidato exponha seus projetos políticos, o legislador claramente vai na contramão do posicionamento jurisprudencial de vedação ao ato de “levar ao conhecimento geral” a “ação política ou as razões que levam a inferir que o beneficiário seja o mais apto para a função pública” antes de 16 de agosto do ano eleitoral. A conotação eleitoral é evidente na autorização legal de exposição pública de plataformas e projetos políticos, tornando quase inócua uma discussão em torno do que pode ser considerado propaganda eleitoral “dissimulada” ou não.

Igualmente, com a inclusão desse inciso I, vale anotar também que a legislação eleitoral ampliou o poder dos meios de comunicação social (rádio, televisão e internet) de participar do debate político com contornos eleitorais, aproximando-o do eleitorado pelo extravaso da discussão de temas politicamente relevantes para

além da propaganda oficial. Destaca Rodrigo López Zilio que tamanha é a amplitude da autorização do artigo 36-A da Lei Eleitoral que **“praticamente inviabiliza o reconhecimento de propaganda extemporânea. [...] Ademais, no caso concreto, torna-se extremamente difícil – senão impossível – desvincular a exposição de um projeto político do pedido de voto”**, o que leva a uma verdadeira **“antecipação do conteúdo da propaganda eleitoral a ser realizada no período permitido”** (Direito eleitoral: noções preliminares, elegibilidade e inelegibilidade, processo eleitoral (da convenção à prestação de contas). 3. ed. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2012, p. 292-293).

A ampliação da liberdade dos meios de comunicação social, no entanto, não pode ser vista com ares de reprovação, de per se. Sem jamais descuidar da vigilância do princípio da igualdade que circunda a propaganda política e o processo eleitoral em si, antecipar o conhecimento dos possíveis candidatos ao pleito, sua atuação e seus projetos políticos, enfim, o debate público de ideias, permite ao eleitor uma formação mais qualificada de sua vontade política, relacionada diretamente à autenticidade de seu voto.

Além disso, se de um lado a lei ampliou de certo modo a liberdade de manifestação do pensamento político em veículos de comunicação social, de outro também cuidou de impor duas limitações ao debate eleitoral fora do período legal, uma aos pré-candidatos, de que não (i) haja pedido expresso de votos, e outra aos veículos de comunicação social, de que (ii) seja conferido tratamento isonômico a todos os possíveis pleiteantes ao cargo em disputa. Como limitadores da liberdade de manifestação do pensamento político, essas são as duas únicas restrições impostas pelo legislador. Nada mais.

Apesar de discordar da opção do legislador, José Jairo Gomes destaca que, após a introdução do artigo 36-A da Lei Eleitoral, o antigo entendimento do Tribunal Superior Eleitoral acerca da propaganda eleitoral antecipada **“não mais encontra apoio na ordem legal vigente”**, sendo que, à luz do transcrito em seu inciso I, somente é vedado o **“expresso ‘pedido de voto’, olvidando-se de que normalmente tal pedido subjaz à comunicação, encontrando-se implícito”**. Isso revela que:

“[...] no entrechoque de princípios, passou-se, portanto, a se conferir maior relevo aos direitos fundamentais da livre manifestação do pensamento, da informação e da comunicação, enfim, à liberdade de comunicação e imprensa. A liberdade de comunicação, aliás, constitui um dos pilares da democracia”. (Direito eleitoral. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2012, 347-8).

Já, quanto à observância da igualdade de oportunidades entre os pré-candidatos no pleito, impõe-se ao meio de comunicação social (emissora de rádio e televisão ou geradora do conteúdo na internet) que se aproveite da autorização do artigo 36-A, I, da Lei Eleitoral tão somente a obrigação de abrir um espaço isonômico a todos os pleiteantes ao cargo eletivo em discussão. Conforme esclarece Olivar Coneglian, tratamento isonômico não é necessariamente tratamento idêntico, mas sim um tratamento que permite ao eleitor ter o acesso a todos os projetos políticos apresentados:

“[...] as emissoras devem dar tratamento isonômico aos futuros candidatos, de tal forma que não haja evidente privilegiamento a determinada candidatura. Esse tratamento isonômico não pode ser medido em centímetros ou em segundos. Há pré-candidatos que se expõem mais que outros, e produzem fatos políticos mais que outros. [...] A isonomia não está na capacidade de cada candidato de ser notícia, mas na conduta da emissora: se ela chamar um pré-candidato para apresentar seu programa de governo, deve chamar também os outros.” (Propaganda



Portanto, dado o novo cenário legislativo presente após o advento do artigo 36-A na Lei Eleitoral, não há mais que se falar em “indução” ao voto ou “intenção” de pedir voto na hipótese do artigo 36-A, I, da Lei Eleitoral, uma vez que o próprio texto legal autoriza explicitamente o nominado pré-candidato a participar de debates, entrevistas e programas na televisão e no rádio com a finalidade específica de expor livremente suas “plataformas e projetos políticos”.

Agora, após a vigência da Lei n.º 12.034/2009, percebe-se que o Tribunal Superior Eleitoral passou a acolher essa nova solução dos casos de propaganda eleitoral antecipada nos meios de comunicação social, sob o norte interpretativo do princípio constitucional da liberdade de expressão e de comunicação, a partir do julgado paradigma no Recurso n.º 1.346-31, de relatoria do Ministro Henrique Neves. Nesse julgado, destacou o Relator que:

“Realmente, com a introdução da nova regra do art. 36-A, quando configurada uma das hipóteses de seus incisos, não cabe apenas afirmar que a propaganda eleitoral antecipada se caracteriza com a mera divulgação de uma pretensa candidatura. Como alerta o doutrinador, em entrevista televisiva, a exposição da candidatura e o pedido de voto são implícitos. Disso decorre que a locução ‘desde que não haja pedido de votos’ deve ser interpretada em sentido estrito, exigindo-se que, nesta situação, haja o pedido explícito de votos para a configuração da hipótese. Reafirmo, no caso, considerar como fator determinante a realização de diversas entrevistas com vários filiados de agremiações partidárias distintas. Essa situação concreta evidencia o interesse jornalístico sobre o tema e afasta qualquer alegação sobre a quebra da isonomia que, ao fim e ao cabo, é a razão que sustenta a limitação prevista no art. 36 da Lei n.º 9.504/97”.

Veja-se a ementa do julgado:

“ELEIÇÕES 2010. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. PROGRAMA DE ENTREVISTAS. 1. Competência – O Tribunal Superior Eleitoral é a instância competente para, originariamente, examinar alegação de propaganda eleitoral antecipada relativa à eleição presidencial. 2. A proibição de realizar propaganda antes de 5 de julho atinge todas as pessoas, independentemente da aspiração pessoal em disputar a eleição a que ela se destina. 3. Entrevista com político de realce no Estado com natureza jornalística não caracteriza propaganda eleitoral antecipada, ainda que nela existam referências aos planos para a eleição presidencial. A regra do art. 36-A, inciso I, se aplica especialmente quando a mesma emissora realiza programas semelhantes com diversos políticos, demonstrando tratamento isonômico. 4. Recurso a que se nega provimento”. (TSE, Recurso em Representação n.º 134631, Relator Min. Henrique Neves da Silva, Data de Julgamento 05.08.2010, Publicado em Sessão).

Replicando tal posicionamento, no julgamento do Recurso Especial Eleitoral n.º 532.58123, a Ministra Nancy Andrighi enfatizou a máxima eficácia à liberdade de expressão aqui defendida, em conjunto com a mínima intervenção da Justiça Eleitoral, consignando que **“eventual antinomia de normas foi resolvida pelo legislador ordinário com a prevalência dos direitos fundamentais da livre manifestação do pensamento, da informação e da comunicação sobre a atuação interveniente da Justiça Eleitoral”** e, **“respeitadas as limitações legais, é necessário preservar a liberdade de expressão, de imprensa e de comunicação, que fomentam o debate político e asseguram o pluralismo de ideias”**. *In verbis*:

“AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL ELEITORAL. ELEIÇÕES 2010. PROPAGANDA ELEITORAL EXTEMPORÂNEA NÃO CONFIGURADA. DIVULGAÇÃO DE ENTREVISTA NO RÁDIO. PEDIDO DE VOTO. INEXISTÊNCIA. NÃO PROVIMENTO. 1. O art. 36-A da Lei n.º 9.504/97 estabelece que não será considerada propaganda eleitoral antecipada a participação de filiados a partidos políticos em entrevistas ou programas de rádio, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, desde que não haja pedido de votos, observado, pelas emissoras, o dever de conferir tratamento isonômico. 2. No caso em exame, a concessão de entrevista em ambiente fechado, durante reunião dos partidos políticos de oposição na qual se expôs plataforma de governo, com a subsequente divulgação desse pronunciamento pela imprensa radiofônica, não configura propaganda eleitoral antecipada, sobretudo porque não houve pedido de voto, seja de forma explícita ou implícita. 3. A jurisprudência do TSE é no sentido de que eventual antinomia de normas foi resolvida pelo legislador ordinário com a prevalência dos direitos fundamentais da livre manifestação do pensamento, da informação e da comunicação sobre a atuação interveniente da Justiça Eleitoral (R-Rp n.º 1346-31/DF, Rel. Min. Henrique Neves, PSESS de 5.8.2010). 4. Agravo regimental não provido”. (TSE, Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral n.º 5325-81, Relatora Min. Fátima Nancy Andrighi, Data de julgamento 04.08.2011, DJe 18.08.2011, p. 30).

Também já decidiu recentemente aquele tribunal superior que **“a propaganda institucional que veicula discurso de pré-candidatos sem que haja pedido de votos, nem mesmo de forma dissimulada, não configura propaganda eleitoral antecipada, incidindo a exceção prevista no art. 36-A, I, da Lei n.º 9.504/97”** (TSE, Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral n.º 3942-74, Relator Min. Arnaldo Versiani Leite Soares, Data de Julgamento 16.10.2012, DJe 13.11.2012, tomo 218, p. 11.) e que é propaganda eleitoral antecipada

“[...] qualquer manifestação que, previamente aos três meses anteriores ao pleito e fora das exceções previstas no artigo 36-A da Lei n.º 9.504/97, leve ao conhecimento geral, ainda que de forma dissimulada, a candidatura, mesmo que apenas postulada, a ação política que se pretenda desenvolver ou as razões que levem a inferir que o beneficiário seja o mais apto para a função pública” (TSE, Representação n.º 2.031 42, Relator Min. Marcelo Henriques Ribeiro de Oliveira, Data de Julgamento 20.03.2012, DJe 22.05.2012, tomo 95, p. 111).



Anote-se, portanto, que o conceito clássico de propaganda eleitoral é utilizado quando em análise de situações não abrangidas pelo artigo 36-A da Lei Eleitoral, como no desvirtuamento da propaganda partidária. A propósito,

“PROPAGANDA PARTIDÁRIA. ALEGAÇÃO DE DESVIO DE FINALIDADE. PROMOÇÃO PESSOAL. PROPAGANDA ELEITORAL EXTEMPORÂNEA. FILIADO. CONFIRMAÇÃO. LIMINAR. CASSAÇÃO. QUÍNTUPLO. TEMPO DAS INSERÇÕES ILEGAIS. PROCEDÊNCIA PARCIAL. 1. A propaganda eleitoral extemporânea em programa partidário se configura pelo anúncio, ainda que sutil, de determinada candidatura, dos propósitos para obter apoio por intermédio do voto e de exclusiva promoção pessoal com finalidade eleitoral, sobretudo quando realizada às vésperas do período eleitoral. 2. O notório pré-candidato é parte legítima para figurar no polo passivo de processo em que se discuta a realização de propaganda eleitoral antecipada, consoante entendimento firmado por esta Corte Superior. 3. Representação que se julga procedente, confirmada a liminar, para cassar dois minutos e trinta segundos do tempo de inserções nacionais a que faria jus o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) no segundo semestre de 2011, aplicando-se a penalidade no semestre subsequente na hipótese de indisponibilidade de novas veiculações, nos termos do inciso II do § 2º do art. 45 da Lei dos Partidos Políticos, aplicar – com fundamento no art. 36, § 3º, da Lei nº 9.504/97, pela prática de propaganda eleitoral extemporânea –, ao partido representado a penalidade de multa no valor de R\$ 7.500,00 (sete mil e quinhentos reais), considerada a reincidência, e ao Sr. José Serra, em razão de seu prévio conhecimento e da reiteração da conduta, no importe de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais)”. (TSE, Representação n.º 147.451, Relatora Min. Fátima Nancy Andrichi, Data de Julgamento 26.10.2011, DJe 25.04.2011, tomo 222, p. 45).

Feitas essas considerações iniciais, a realização de carreatas não é considerada, em si mesma, ato contrário ao art. 36-A, da Lei n.º 9.504/97.

Saliento as seguintes nuances a serem aplicadas ao caso em julgamento nesta Zona Eleitoral:

- a) a jurisprudência do TSE é de que a configuração da propaganda eleitoral antecipada decorre da presença alternativa de um dos seguintes requisitos, quais sejam: (1) presença de pedido explícito de voto; (2) utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda; ou (3) violação ao princípio da igualdade de oportunidades entre os candidatos;
- b) utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda;
- c) a realização de carreatas deve ser restringida ao período eleitoral, pois essa conduta possui conotação eleitoral e é capaz de afetar a igualdade de oportunidade entre os candidatos;
- d) na hipótese dos autos, apesar de ausente o pedido expresso de voto, é incontroverso que a carreatas foi entoada por jingle de campanha, cuja utilização fora do período eleitoral não pode ser permitida.



E, ainda, no jingle acostado aos autos conta a seguinte passagem: “E dá-lhe 15 e tome 15”, fazendo alusão ao número do pré-candidato, ora representado;

e) a carreata acompanhada pela música de campanha conferiu grande visibilidade ao pré-candidato, inclusive em redes sociais (Instagram), haja vista o Município de Parnaíba/PI ser de médio porte, o que caracteriza violação ao princípio da igualdade de oportunidade entre os participantes do pleito.

A realização de carreata com elevado número de veículos e apoiadores com a presença dos pré-candidato teve por objeto levar à população em geral as respectivas candidaturas e, antecipadamente, captar votos dos eleitores, acabando por ferir a igualdade de oportunidade entre os candidatos no pleito, configurando, assim, propaganda eleitoral antecipada.

Veja-se que, é possível verificar a participação do representado e do governador do Estado do Piauí no evento. Ademais, a carreata contou com a presença do **representado** que cumprimentou apoiadores. Frise-se, também, o grande número de pessoas, sem controle de entrada, em uma espécie de ginásio, onde se encontravam políticos, apoiadores e autoridades ligadas ao partido do **representado**. Isso destoa, em muito, o princípio da igualdade preconizada em nossa Constituição Federal e na própria lei das eleições.

Restou comprovado, pelo material colacionado, que a referida carreata foi um ato previamente organizado, além de contar com um grande número de carros veiculando jingle político, adesivos e banners, e, ainda, com a presença do **representado** cumprimentando os apoiadores. Pelos vídeos constantes nos autos é visível que o evento tomou grande proporção no município de Parnaíba-PI.

As circunstâncias do caso revelam, inegavelmente, a intenção do pré-candidato, ora **representado**, em exteriorizar sua candidatura à população em geral e, antecipadamente, captarem votos dos eleitores, acabando por ferir a igualdade de oportunidade entre os candidatos no pleito que se avizinha, configurando, desse modo, propaganda eleitoral extemporânea e atraindo a imposição da multa (art. 36-A da Lei n.º 9.504/97).

Independentemente da demonstração do pedido explícito de votos pelos **representados**, as circunstâncias do caso revelam nítido ato de propaganda eleitoral antecipada a atrair a multa prevista no art. 36-A da Lei n.º 9.504/97.

No referido evento, não se observa um pedido explícito de voto. Contudo, se a conduta de realizar uma carreata ostensiva, organizada, com grande quantidade de veículos, veiculação de jingle e com a presença do pré-candidato, ora **representado**, não configurar propaganda extemporânea, seria um verdadeiro paradoxo a legislação eleitoral exigir, tão somente, atos que denotem propaganda política em relação as maiores autoridades do país, a saber, Presidente da República, Presidentes da Câmara Federal, Senado Federal e do Supremo Tribunal Federal para ter-se configurada àquela, nos termos do art. 36-B da Lei n.º 9.504/97.

Ademais, nos termos do parágrafo único, do art. 40-B, da Lei n.º 9.504/97, a responsabilidade do candidato estará demonstrada “**se as circunstâncias e as peculiaridades do caso específico revelarem a impossibilidade de o beneficiário não ter tido conhecimento da propaganda**”.

A jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral, ao dispor sobre os contornos da realização de evento consistente em carreata consentâneos ao que preconiza o art. 36-A, assentou em recente julgado:

“DIREITO ELEITORAL. AGRAVO INTERNO EM RECURSO ESPECIAL ELEITORAL. ELEIÇÕES 2018. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. CARREATA. DISCURSO PÚBLICO. AUSÊNCIA DE PEDIDO EXPLÍCITO DE

VOTO. DESPROVIMENTO. 1. Agravo interno contra decisão que conheceu do agravo nos próprios autos e deu provimento ao recurso especial eleitoral para julgar improcedente a representação por propaganda eleitoral antecipada. 2. Na análise de casos de propaganda eleitoral antecipada, é necessário, em primeiro lugar, determinar se a mensagem veiculada tem conteúdo eleitoral, isto é, relacionado com a disputa. Ausente o conteúdo eleitoral, as mensagens constituirão ‘indiferentes eleitorais’, estando fora do alcance da Justiça Eleitoral. 3. Reconhecido o caráter eleitoral da propaganda, devem-se observar três parâmetros alternativos para concluir pela existência de propaganda eleitoral antecipada ilícita: (i) a presença de pedido explícito de voto; (ii) a utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda; ou (iii) a violação ao princípio da igualdade de oportunidades entre os candidatos. 4. No caso, o Tribunal de origem concluiu que: (i) foram realizados em 05.08.2018 carreata e discurso público sem controle de entrada e saída de populares; (ii) os candidatos tinham inequívoco conhecimento dos eventos, conforme divulgação em rede social; e (iii) houve ‘menção à pretensa candidatura e exaltação das qualidades pessoais’. 5. Não se extrai do acórdão a existência de pedido explícito de voto, nem é possível concluir que o evento atingiu grandes dimensões, tampouco que houve alto dispêndio de recursos na sua realização, ao ponto de desequilibrar a disputa. Ademais, os meios relacionados, quais sejam, carreata, discurso e divulgação em mídia social, não são vedados em período de campanha. 6. Ante a ausência de: (i) pedido explícito de votos; (ii) utilização de meios proscritos; e (iii) mácula ao princípio da igualdade de oportunidades, não se verifica a configuração de propaganda eleitoral antecipada nos termos do art. 36-A da Lei n.º 9.504/1997. 7. Agravo interno a que se nega provimento.” (AgR-AI 0600805-86, rel. Min. Luís Roberto Barroso, DJe de 10.5.2021)

“ELEIÇÕES 2020. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. ART. 36-A, DA LEI Nº 9.504/97. REALIZAÇÃO DE CARREATA DE GRANDES PROPORÇÕES ÀS VÉSPERAS DO PERÍODO ELEITORAL. REPRODUÇÃO DE JINGLE. PARTICIPAÇÃO DOS CANDIDATOS SAUDANDO OS PRESENTES. CARACTERIZAÇÃO DE ATO DE CAMPANHA. QUEBRA DE ISONOMIA ENTRE OS CANDIDATOS. AGRAVO REGIMENTAL PROVIDO. RECURSO ESPECIAL ELEITORAL AO QUAL SE NEGA PROVIMENTO. 1. A realização de carreata não é considerada, em si mesma, ato contrário ao art. 36-A, da Lei nº 9.504/97. 2. No caso concreto, constatou-se que a carreata ocorreu às vésperas do período eleitoral (04.07.2020), consistindo em evento de grandes proporções, com a participação dos candidatos cumprimentando os apoiadores e a reprodução, em vários veículos, de jingle de campanha. O conjunto das circunstâncias da carreata indica a antecipação de verdadeiro ato de campanha e atrai a incidência do art. 36-A, da Lei nº 9.504/97. 3. Agravo regimental provido. Recurso especial eleitoral ao qual se nega provimento.” (TSE - REspEl: 060003828 JERICÓ - PB, Relator: Min. Edson Fachin, Data de Julgamento: 18/11/2021, Data de Publicação: 14/12/2021)

Não desconheço a linha de jurisprudência firmada no âmbito desta Corte no sentido de que a realização de carreata per se não representa a utilização de meios proscritos pela legislação de regência.



Contudo, é inconcebível que uma carreta de proporções significativas, com aglomeração de pessoas e divulgação de jingle de campanha não seja entendida como uma antecipação de um ato de campanha eleitoral.

O que se deduz das nuances do caso concreto não é a prática de ato contido no campo de incidência do art. 36-A, da Lei das Eleições, mas sim de efetivo ato de campanha, apto a impactar na igualdade de oportunidades entre candidatos.

Nessa linha, antevejo que a celebração do evento tomou ares de início de campanha eleitoral, situação que muito se distingue da divulgação de ideias e projetos de um pré-candidato. Em verdade, o que constato é que o contexto retratado no aresto revela a ocorrência de evento que dispôs de estrutura para projetar destaque à figura do pretense candidato, acarretando quebra na igualdade de oportunidades daqueles envolvidos na corrida eleitoral, porquanto propiciou ao **representado** patente visibilidade quando da realização do evento.

Na mesma linha aqui decidida, tem-se os autos do AREspe n.º 0600020-60, de relatoria do Min. Alexandre de Moraes (decisão monocrática, DJe de 15/7/2021, já transitada em julgado), que tratou de hipótese referente a **“maciço comparecimento dos eleitores locais que se aglomeraram em frente ao colégio onde se realizava a convenção partidária com som de paredões que tocavam incessantemente o jingle do candidato e, na sequência, seguiram em passeata/carreta na companhia dos atuais Prefeito e Vice-Prefeita pelas ruas da cidade”**.

Ante o exposto, **JULGO PROCEDENTE** a representação proposta em face de **JOSE HELIO DE CARVALHO OLIVEIRA** e do partido **MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO (MDB)**, do Município de Parnaíba/PI, impondo, a cada um dos representados, multa no valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais), com fundamento nos arts. 36-A, 36, § 3º e 40-B, da Lei n.º 9.504/97 c/c o art. 241 do Código Eleitoral.

Publique-se. Registre-se. Intimem-se.

Dê-se ciência ao Ministério Público Eleitoral.

Datado e assinado eletronicamente

HELIOMAR RIOS FERREIRA

Juiz Eleitoral da 4ª Zona de Parnaíba/PI