



Número: **0600061-06.2020.6.16.0178**

Classe: **RECURSO ELEITORAL**

Órgão julgador colegiado: **Colegiado do Tribunal Regional Eleitoral**

Órgão julgador: **Relatoria Dr. Thiago Paiva dos Santos**

Última distribuição : **18/10/2020**

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

Processo referência: **0600040-30.2020.6.16.0178**

Assuntos: **Propaganda Política - Propaganda Eleitoral - Internet, Propaganda Política - Propaganda Eleitoral - Redes Sociais, Propaganda Política - Propaganda Eleitoral - Impulsionamento**

Objeto do processo: **Da decisão exarada nos autos de Representação nº 0600061-06.2020.6.16.0178, que julgou procedente a representação para declarar a ocorrência de impulsionamento ilícito relativamente às postagens constantes da inicial e, via de consequência, aplicar multa a cada um dos representados, com fulcro no artigo 57-C, §2º da Lei das Eleições, no valor de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais). (Representação promovida João Guilherme Oliveira de Moraes e Geovanna Conti de Sá, candidatos a prefeito e vice-prefeito pelo Partido Novo - NOVO (Diretório Municipal de Curitiba/PR), em face de Fernando Destito Francischini e do Partido Social Liberal - PSL, por suposta infração ao artigo 57-C da Lei das Eleições (Lei nº 9.504/97), consistente em 23 impulsionamentos realizados na página do representado PSL - Paraná junto ao "Facebook" de Instagram, em favor do então pré-candidato à Prefeitura de Curitiba e segundo representado, Fernando Francischini narrando que o Juízo da 178ª Zona Eleitoral, de Curitiba-PR, ao apreciar os autos de Representação nº 0600040-30.2020.6.16.0178, constatou a irregularidade de 59 (cinquenta e nove) dos anúncios impulsionados, em vista da ausência de inequívoca identificação dos impulsionamentos, enquanto conteúdos pertinentes às Eleições Municipais vindouras e do responsáveis pela contratação de referido serviço. Alegam, ainda, que para além dos 59 (cinquenta e nove) impulsionamentos controvertidos naquela oportunidade, outros 23 (vinte e três) foram contratados pelo PSL após o protocolo da peça inaugural daquela Representação, estando eivados das mesmas irregularidades reconhecidas pelo Exmo. Juízo da 178ª Zona Eleitoral. Transcrição da mensagem: "Uma Curitiba feita por pessoas. Vamos criar uma Curitiba feita por pessoas. Saber sua opinião e pensar em você ao desenhar um plano para nossa cidade é o que traduz meu plano de gestão para Curitiba. Traga suas ideias para este movimento. Vamos criar uma Curitiba feita por pessoas.cwbfeitaporvc.com.br"; Ref.: 0600040-30.2020.6.16.0178). RE3**

Segredo de justiça? **NÃO**

Justiça gratuita? **NÃO**

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

Partes	Procurador/Terceiro vinculado
--------	-------------------------------

FERNANDO DESTITO FRANCISCHINI (RECORRENTE)	HORACIO MONTESCHIO (ADVOGADO) GUSTAVO SWAIN KFOURI (ADVOGADO) FERNANDO GUSTAVO KNOERR (ADVOGADO) ELIZA SCHIAVON (ADVOGADO) ANA CAROLINE DOS SANTOS COSTACURTA (ADVOGADO) ALINE FERNANDA PEREIRA KFOURI (ADVOGADO) VIVIANE COELHO DE SELLOS KNOERR (ADVOGADO) ANTONIO ROBERTO BARROS PIRES DA COSTA (ADVOGADO)
PARTIDO SOCIAL LIBERAL - PSL COMISSAO PROVISORIA MUNICIPAL - CURITIBA/PR (RECORRENTE)	HORACIO MONTESCHIO (ADVOGADO) GUSTAVO SWAIN KFOURI (ADVOGADO) FERNANDO GUSTAVO KNOERR (ADVOGADO) ELIZA SCHIAVON (ADVOGADO) ANA CAROLINE DOS SANTOS COSTACURTA (ADVOGADO) ALINE FERNANDA PEREIRA KFOURI (ADVOGADO) VIVIANE COELHO DE SELLOS KNOERR (ADVOGADO) ANTONIO ROBERTO BARROS PIRES DA COSTA (ADVOGADO)
JOAO GUILHERME OLIVEIRA DE MORAES (RECORRIDO)	MARCELA BIANCHINI BUENO DE OLIVEIRA (ADVOGADO) JULIANA BERTHOLDI (ADVOGADO) LEYNER LUIZ GIOSTRI CASCAO DE ALBUQUERQUE LIMA (ADVOGADO) ANDREA SABBAGA DE MELO (ADVOGADO)
GEOVANA CONTI DE SA (RECORRIDO)	MARCELA BIANCHINI BUENO DE OLIVEIRA (ADVOGADO) JULIANA BERTHOLDI (ADVOGADO) ANDREA SABBAGA DE MELO (ADVOGADO) LEYNER LUIZ GIOSTRI CASCAO DE ALBUQUERQUE LIMA (ADVOGADO)
Procurador Regional Eleitoral1 (FISCAL DA LEI)	

Documentos

Id.	Data da Assinatura	Documento	Tipo
14717 416	30/11/2020 16:56	Acórdão	Acórdão



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO PARANÁ

ACÓRDÃO Nº 56.596

RECURSO ELEITORAL 0600061-06.2020.6.16.0178 – Curitiba – PARANÁ

Relator: THIAGO PAIVA DOS SANTOS

RECORRENTE: FERNANDO DESTITO FRANCISCHINI

ADVOGADO: HORACIO MONTESCHIO - OAB/PR0022793

ADVOGADO: GUSTAVO SWAIN KFOURI - OAB/PR0035197

ADVOGADO: FERNANDO GUSTAVO KNOERR - OAB/PR0021242

ADVOGADO: ELIZA SCHIAVON - OAB/PR0044480

ADVOGADO: ANA CAROLINE DOS SANTOS COSTACURTA - OAB/PR0092768

ADVOGADO: ALINE FERNANDA PEREIRA KFOURI - OAB/PR0040639

ADVOGADO: VIVIANE COELHO DE SELLOS KNOERR - OAB/PR0063587

ADVOGADO: ANTONIO ROBERTO BARROS PIRES DA COSTA - OAB/PR0099864

RECORRENTE: PARTIDO SOCIAL LIBERAL - PSL COMISSAO PROVISORIA MUNICIPAL - CURITIBA/PR

ADVOGADO: HORACIO MONTESCHIO - OAB/PR0022793

ADVOGADO: GUSTAVO SWAIN KFOURI - OAB/PR0035197

ADVOGADO: FERNANDO GUSTAVO KNOERR - OAB/PR0021242

ADVOGADO: ELIZA SCHIAVON - OAB/PR0044480

ADVOGADO: ANA CAROLINE DOS SANTOS COSTACURTA - OAB/PR0092768

ADVOGADO: ALINE FERNANDA PEREIRA KFOURI - OAB/PR0040639

ADVOGADO: VIVIANE COELHO DE SELLOS KNOERR - OAB/PR0063587

ADVOGADO: ANTONIO ROBERTO BARROS PIRES DA COSTA - OAB/PR0099864

RECORRIDO: JOAO GUILHERME OLIVEIRA DE MORAES

ADVOGADO: MARCELA BIANCHINI BUENO DE OLIVEIRA - OAB/PR0104568

ADVOGADO: JULIANA BERTHOLDI - OAB/PR0075052

ADVOGADO: LEYNER LUIZ GIOSTRI CASCAO DE ALBUQUERQUE LIMA -

OAB/PR0082680

ADVOGADO: ANDREA SABBAGA DE MELO - OAB/PR0026678

RECORRIDO: GEOVANA CONTI DE SA

ADVOGADO: MARCELA BIANCHINI BUENO DE OLIVEIRA - OAB/PR0104568

ADVOGADO: JULIANA BERTHOLDI - OAB/PR0075052

ADVOGADO: ANDREA SABBAGA DE MELO - OAB/PR0026678

ADVOGADO: LEYNER LUIZ GIOSTRI CASCAO DE ALBUQUERQUE LIMA - OAB/PR0082680

FISCAL DA LEI: Procurador Regional Eleitoral1

EMENTA - ELEIÇÕES 2020. PROPAGANDA ELEITORAL. PRÉ-CAMPAHNA. INTERNET.

ARTS. 36-A E 57-C, §§ 2º E 3º. IMPULSIONAMENTO DE CONTEÚDO. LICITUDE. MULTA.

NÃO CABIMENTO. RECURSO PROVIDO.

1. É lícito o impulsionamento de conteúdos na pré-campanha, observados os preceitos do art.



36-A da Lei nº 9.504/97 e se contratado pelos partidos políticos ou pré-candidatos;
2. Se o conteúdo da propaganda é lícito, inserindo-se nos permissivos do art. 36-A da Lei nº 9.504/97, não são cabíveis as sanções previstas nos arts. 36, § 3º e 57-C, § 2º, do mesmo
diploma legal;
3. A jurisprudência do TSE reconhece que a ausência de CNPJ em material impresso não enseja a aplicação de multa, raciocínio que deve ser aplicado no caso de impulsionamento de conteúdo no período de pré-campanha, pela ausência de previsão legal expressa para a imposição de multa, desde que possível a comprovação dos gastos por outros meios;
4. Recurso provido.

DECISÃO

À unanimidade de votos, a Corte conheceu do recurso, e, no mérito, por maioria de votos, negou-lhe provimento, nos termos do voto do Relator.

Curitiba, 27/10/2020

RELATOR(A) THIAGO PAIVA DOS SANTOS

RELATÓRIO

Trata-se de Recurso Eleitoral interposto por Fernando Destito Francischini e Comissão Provisória Municipal de Curitiba do Partido Social Liberal contra João Guilherme de Oliveira de Moraes e Geovana Conti de Sá, em face de sentença proferida pelo Juízo da 178ª Zona Eleitoral de Curitiba nos autos de Representação nº 0600061-06.2020.6.16.0178.

Na referida sentença (id. 11371466), julgou-se procedente a representação para declarar a ocorrência de impulsionamento ilícito relativamente às postagens constantes da inicial e, via de consequência, aplicar multa a cada um dos representados, com fulcro no artigo 57-C, § 2º, da Lei das Eleições, no valor de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais).

Em suas razões recursais (id. 11371766), os recorrentes sustentam, em síntese, que: i) o conteúdo veiculado no material impugnado é lícito, não constituindo propaganda eleitoral antecipada por não conter pedido explícito de voto, contendo opiniões pessoais do recorrente Fernando Francischini sobre questões de ordem política, inserindo-se nos permissivos do art. 36-A da Lei nº 9.504/97; ii) a contratação de impulsionamento dos vídeos é lícita, enquadrando-se na exceção prevista no art. 57-C da Lei nº 9.504/97, que pode ser aplicado por analogia à pré-campanha; iii) já houve condenação em grau máximo nos autos de Representação nº 0600040-30.2020.6.16.0178, cujo objeto era número de impulsionamentos maior, o que configuraria *bis in idem* e uma desproporção na aplicação da pena, novamente no grau máximo, nestes autos. Requereu, ao final, a reforma da sentença para julgar improcedentes os pedidos constantes na inicial.

Em contrarrazões (id. 11372016), os recorridos alegam, em síntese, que: i) a publicidade controvertida tem relevância eleitoral; ii) que o conteúdo impugnado se insere na



vedaçāo prescrita art. 57-C da Lei nº 9.504/97, aplicável ao período de pré campanha; iii) que os fatos apurados nos presentes autos são distintos dos apurados na já referida representação, não incorrendo em *bis in idem* a aplicação de multa ao recorrente.

Em parecer de id. 11833916, a Procuradoria Regional Eleitoral manifestou-se pelo conhecimento e desprovimento do recurso eleitoral.

É o relatório.

VOTO

Inicialmente, verifica-se que questão semelhante à dos presentes foi discutida nos autos nº 0600040-30.2020.6.16.0178, julgado recentemente por esta corte, sendo o recurso provido por maioria de votos e restando ementado nos seguintes termos:

EMENTA - ELEIÇÕES 2020. PROPAGANDA ELEITORAL. PRÉ-CAMPAHNA. INTERNET. ARTS. 36-A E 57-C, §§ 2º E 3º. IMPULSIONAMENTO DE CONTEÚDO. LICITUDE. MULTA. NÃO CABIMENTO. RECURSO PROVIDO.

1. É lícito o impulsionamento de conteúdos na pré-campanha, observados os preceitos do art. 36-A da Lei nº 9.504/97 e se contratado pelos partidos políticos ou pré-candidatos;

2. Se o conteúdo da propaganda é lícito, inserindo-se nos permissivos do art. 36-A da Lei nº 9.504/97, não são cabíveis as sanções previstas nos arts. 36, § 3º e 57-C, § 2º, do mesmo d i p l o m a l e g a l ;

3. A jurisprudência do TSE reconhece que a ausência de CNPJ em material impresso não enseja a aplicação de multa, raciocínio que deve ser aplicado no caso de impulsionamento de conteúdo no período de pré-campanha, pela ausência de previsão legal expressa para a imposição de multa, desde que possível a comprovação dos gastos por outros meios;

4. Recurso provido.

Os próprios recorridos reconhecem a semelhança nas causas, conforme este excerto da inicial de id. 11370166 (p. 7): "*Em vista da similitude da causa de pedir, a argumentação infra deduzida é idêntica àquela constante dos autos de Representação nº 0600040-30.2020.6.16.0178.*"

Reproduzo em grande parte, portanto, as razões que fundamentaram a decisão adotada naqueles autos.

Pois bem.

Quanto à admissibilidade, verifica-se que a sentença recorrida foi proferida em 11/10/2020 e as razões de recurso apresentadas em 12/10/2020, tempestivamente, portanto. Presentes os demais pressupostos intrínsecos e extrínsecos de admissibilidade, conheço do recurso e passo, de plano à sua análise.

É importante traçar o contexto em que se desenvolvem as eleições após o advento da Lei n. 13.165/15, que reduziu significativamente o tempo de campanha de três meses para 45 dias. Essa redução, por si só, já conferiu maior destaque ao período de pré-campanha, valorizando o debate sobre questões que atingem a sociedade ao também ampliar as condutas abrangidas e possíveis de serem realizadas nesse período de pré-campanha – isto é, condutas que não configuram propaganda eleitoral antecipada.



Transcrevo, pois, a literalidade do art. 36-A, *caput*, da Lei das Eleições:

Art. 36-A. Não configuram propaganda eleitoral antecipada, desde que não envolvam pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos e os seguintes atos, que poderão ter cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via internet:

No rol do art. 36-A, merece maior destaque o inciso IV, segundo o qual não configura propaganda antecipada a “divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se faça pedido de votos”. Em outro senso, vê-se que também detentores de mandatos executivos igualmente gozam de maior evidência na mídia ao executar as políticas públicas e todas as demais atividades administrativas inerentes ao cargo.

Evidentemente, o inciso garante proteção ao candidato já detentor de algum mandato eletivo, o que, por questões de isonomia, a fim de garantir a igualdade no pleito, a permissividade deve valer também em favor do pré-candidato, cujo objetivo é ingressar no cargo, de modo que as ações permitidas no art. 36-A trazem algum equilíbrio para o pleito.

De toda sorte, na pré-campanha mantém-se o controle e a vigília a fim de se evitar abusos e o cometimento de ilegalidades, especialmente quanto ao pedido antecipado de voto e ao abuso de poder.

Especificamente sobre o abuso econômico, em que pese não exista o procedimento de prestação de contas para atos de pré-campanha, não se está diante de um terreno sem qualquer regramento, que sirva de subterfúgio para ilícitudes. A premissa de fiscalização permanece.

Destaco: nada impede que os gastos de pré-campanha sejam impugnados por vias processuais específicas, tais como medidas preparatórias (do art. 97 da Res./TSE 23.607/2019) para ação prevista no art. 30-A da Lei n. 9.504/1997 e a Ação de Investigação Judicial Eleitoral (AIJE).

No caso concreto, o candidato é acusado de ter impulsionado conteúdos, mormente vídeos, na sua página da plataforma *Facebook*, com natureza de suposta propaganda antecipada, sem a “*identificação inequívoca de que o impulsionamento tem conteúdo pertinente às Eleições Municipais vindouras*” e sem a identificação do “*responsável pela contratação do serviço*”.

O impulsionamento de conteúdos nas redes sociais é expressamente autorizado para o período de campanha eleitoral *stricto sensu* no seu artigo 57-C da Lei n. 9.504/97, *in verbis*:

Art. 57-C. É vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, excetuado o impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos, coligações e candidatos e seus representantes. (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 2º A violação do disposto neste artigo sujeita o responsável pela divulgação da propaganda ou pelo impulsionamento de conteúdos 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) ou em valor equivalente ao dobro da quantia despendida, se esse cálculo superar o limite máximo da multa.

(Redação dada pela Lei nº

13.488, de 2017)

§ 3º O impulsionamento de que trata o caput deste artigo deverá ser contratado diretamente com provedor da aplicação de internet com sede e foro no País, ou de sua filial, sucursal, escritório, estabelecimento ou representante legalmente estabelecido no País e apenas com o fim de promover ou beneficiar candidatos ou suas agremiações.

(Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

[não destacado no original]

Ao disciplinar essa disposição, o TSE, por meio da Resolução n. 26.610/2019, estabeleceu:

Art. 29. É vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, excetuado o impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos políticos, coligações e candidatos e seus representantes (Lei nº 9.504/1997, art. 57-C, caput).

[. . . .]

§ 2º A violação do disposto neste artigo sujeita o responsável pela divulgação da propaganda ou pelo impulsionamento de conteúdos 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) ou em valor equivalente ao dobro da quantia despendida, se esse cálculo superar o limite máximo da multa (Lei nº 9.504/1997, art. 57-C, § 2º).

§ 3º O impulsionamento de que trata o caput deste artigo deverá ser contratado diretamente com provedor da aplicação de internet com sede e foro no país, ou de sua filial, sucursal, escritório, estabelecimento ou representante legalmente estabelecido no país e apenas com o fim de promover ou beneficiar candidatos ou suas agremiações, vedada a realização de propaganda negativa (Lei nº 9.504/1997, art. 57-C, § 3º).

§ 4º O representante do candidato a que alude o caput deste artigo se restringe à pessoa do administrador financeiro da respectiva campanha.

§ 5º Todo impulsionamento deverá conter, de forma clara e legível, o número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) ou o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) do responsável, além da expressão "Propaganda Eleitoral".

[não destacado no original]

Notadamente, por questões de isonomia, permite-se também o impulsionamento de conteúdos em pré-campanha, que nem sempre, especialmente quando observados os preceitos do art. 36-A da Lei n. 9.504/1997, configurariam propaganda eleitoral antecipada. Assim, também podem ser impulsionados conteúdos que façam menção à pretensa candidatura, que exaltem as qualidades pessoais dos pré-candidatos, que divulguem o posicionamento pessoal sobre questões políticas, e etc., conforme delineado nas permissões da Lei.

Quanto ao transbordamento dos atos neste particular durante a fase de pré-campanha, tenho que a sanção prevista no 57-C (§ 2º) é aplicável única e exclusivamente ao período eleitoral, conforme ela própria identifica quando usa o termo "propaganda eleitoral" - e não a atos prévios. Ao fazer menção expressa à propaganda que somente pode ser realizada no período eleitoral, não se pode admitir que a sanção pelo descumprimento da



aplicação do “rótulo” seja aplicada por meio de analogia *in malam partem*, estendendo-se a norma restritiva.

A lógica da aplicação das vedações na pré-campanha daquilo que é vedado na campanha eleitoral, máxima já consolidada no direito eleitoral, se aplicaria somente se o conteúdo da propaganda fosse de “propaganda eleitoral”, de modo que atraíria – para além da multa pela realização de propaganda antecipada, prevista no § 3º do art. 36, também a multa do §2º do art. 57-C, pelo descumprimento da forma de impulsionamento prevista no *caput* do mesmo art. 57-C.

Inexistindo previsão específica de multa para o período de pré-campanha, quanto ao impulsionamento realizado fora da aplicação específica do período eleitoral que agregue a rotulação da propaganda, a aplicação ampliativa da multa do art. 57-C, para os atos realizados sob o manto do art. 36-A, constituiria afronta ao art. 5º, inciso XXXIX, da Constituição Federal.

No caso concreto, da análise dos vídeos publicados pelo representado, não se extrai qualquer pedido de voto, de modo que o conteúdo é lícito nos termos do art. 36-A da Lei n. 9.504/1997, dentro dos limites da liberdade de expressão garantidos aos pré-candidatos, e por isso não são atraídas as sanções do § 3º do art. 36, tampouco a prevista no § 2º do art. 57-C.

Percebe-se que a orientação legislativa aponta claramente no sentido de se privilegiar a liberdade de expressão. Justamente por isso não se pode admitir que, pela via da interpretação judicial, se restrinja permissivo legal que, à toda evidência, foi introduzido no ordenamento com vistas a ampliar o debate político.

Ainda, seria possível realizar um paralelo com a propaganda impressa, já que a irregularidade apontada nos vídeos impulsionados se remete também à ausência de identificação de CNPJ no material.

A jurisprudência do TSE é uníssona ao reconhecer que, ausente o CNPJ em materiais impressos, não é aplicável a penalidade de multa [TSE, Rp n. 06030118420186060000, Rel. Min. Luiz Edson Fachin, DJe 27.03.2019]. Por essa razão, é inviável o tratamento distinto para situações idênticas, devendo ser afastada a sanção pecuniária no caso em apreço.

Nesse sentido, sendo inaplicável qualquer multa à propaganda em material impresso na qual a identificação seja deficiente, mesmo que veiculada em período eleitoral, não há suporte legal para que seja sancionada, por esse mesmo motivo, no período de pré-campanha.

Tal entendimento deve ser analogicamente aplicável ao caso de impulsionamento que, realizado na pré-campanha, apresente irregularidades meramente formais, tais como a ausência de identificação de CNPJ.

O entendimento segundo o qual a existência de irregularidade formal na propaganda, não apta a atraír qualquer tipo de penalização durante a campanha, poderia ser enquadrada analogicamente na multa por extemporaneidade, extrapola, a meu sentir, o princípio da legalidade e, em especial o da estrita legalidade em matéria punitiva.



Somado a isso, havendo irregularidade no conteúdo e/ou no próprio impulsionamento de pré-campanha, havendo pedido, a Justiça Eleitoral prontamente determinará, após a análise do caso em concreto, a retirada do conteúdo. Essa hipótese, ao invés de fazer incidir a multa do art. 57-C, § 2º, poderia ensejar decisão mandamental determinando a retirada do conteúdo em certo período de tempo, sob pena de aplicação de multa cominatória. No caso concreto, a representação somente foi ajuizada em 02/10/2020, muito após a realização dos atos de pré-campanha, de modo que tal providência não requerida tampouco seria possível.

Por fim, quanto ao número de impulsionamentos questionados (23), reputo também que não se trata de número desproporcional, já que se trata de referências às questões políticas e sociais da Capital do Estado, que possui, oficialmente, 75 bairros, consoante informação disponível na página do IPPUC na internet <<https://ippuc.org.br/mapas/349.html>> (consulta realizada em 20.10.2020, às 13:57 horas), e com 1.349.888 eleitores inscritos (<<https://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tre-pr-elo-cadastro-eleitoral-eleitorado-ordenado-por>>).

Faço, ainda, uma ressalva em relação à fiscalização ocorrida: o próprio *Facebook* foi capaz de localizar e classificar as postagens, conforme a própria parte autora indicou na petição inicial (id. 11370166). Nem a localização das postagens, nem a quantia gasta, ficaram escondidas, às margens das regras do jogo.

Ademais, registro que, na sua defesa, o recorrente trouxe aos autos nota fiscal indicativa de que os impulsionamentos foram suportados pela sua agremiação (id. 11371816 - pp. 86/87), não havendo qualquer discussão quanto à legalidade do impulsionamento em si, mas apenas quanto ao atendimento de formalidades acessórias e fixadas em resolução administrativa.

Por fim, é de se notar, novamente, a similitude da causa de pedir destes autos com a dos já citados autos de Recurso Eleitoral nº 0600040-30.2020.6.16.0178. Verifica-se que parte dos impulsionamentos aqui controvertidos, já estavam sendo veiculados quando da distribuição da inicial naqueles autos, em 10/09/2020. Inclusive, os impulsionamentos identificados pelos números 228640715246431, 234440937917353, 234529617893082, 247483056674510, 306220364037536, 313167049899521, foram impugnados nestes e naqueles autos.

Naqueles autos sobreveio sentença em 22/09/2020, pela qual se julgou procedente a representação, condenando o representado a multa no valor de R\$ 30.000,00. Somente após a prolação de tal sentença é que os ora recorridos protocolaram a inicial destes autos, em 02/10/2020, denotando que aguardaram o resultado da referida representação para ajuizar esta, relativa a impulsionamentos que poderiam ter sido impugnados naquela mesma ocasião.

CONCLUSÃO

Forte nessas considerações, voto pelo conhecimento e provimento do recurso para o fim de, reformando a sentença, julgar improcedente a representação.

THIAGO PAIVA DOS SANTOS
Relator



Assinado eletronicamente por: THIAGO PAIVA DOS SANTOS - 30/11/2020 16:56:13
<https://pje.tre-pr.jus.br:8443/pje-web/Processo/ConsultaDocumento/listView.seam?x=2011271708423070000014147142>
Número do documento: 2011271708423070000014147142

Num. 14717416 - Pág. 7

DECLARAÇÃO DE VOTO

Por brevidade adoto o relatório constante do voto do E. Relator.

Trata-se de recurso eleitoral que visa o reconhecimento da prática de propaganda eleitoral antecipada consistente impulsionamento ilícito relativamente a postagens na pré-campanha.

Trago do voto do relator a sintetização dos fatos:

"No caso concreto, o candidato é acusado de ter impulsionado conteúdos, mormente vídeos, na sua página da plataforma Facebook, com natureza de suposta propaganda antecipada, sem a "identificação inequívoca de que o impulsionamento tem conteúdo pertinente às Eleições Municipais vindouras" e sem a identificação do "responsável pela contratação do serviço."

(...)

No caso concreto, da análise dos vídeos publicados pelo representado, não se extrai qualquer pedido de voto, de modo que o conteúdo é lícito nos termos do art. 36-A da Lei n. 9.504/1997, dentro dos limites da liberdade de expressão garantidos aos pré-candidatos, de modo que não são atraídas as sanções do § 3º do art. 36, tampouco a prevista no § 2º do art. 57-C.

Percebe-se que a orientação legislativa aponta claramente no sentido de se privilegiar a liberdade de expressão. Justamente por isso não se pode admitir que, pela via da interpretação judicial, se restrinja permissivo legal que, à toda evidência, foi introduzido no ordenamento com vistas a ampliar o debate político."

Inicialmente, acompanho o voto do E. Relator quanto ao conhecimento do recurso e em relação à conclusão de inexistência de pedido explícito de votos. Contudo, ouso divergir do Relator em relação à dispensa dos requisitos formais exigidos no art. 29, § 5º da Res. TSE nº 26.610/2019.

Durante o julgamento do AgR-AI nº 9-24.2016.6.26.0242, após amplo debate pelos Ministros do Tribunal Superior Eleitoral em relação à propaganda eleitoral antecipada, foram definidos requisitos buscando equilibrar a liberdade de expressão dos pré-candidatos com eventuais abusos decorrentes de uma interpretação literal da expressão "pedido explícito de voto", fixando-se, por maioria, as seguintes diretrizes:

"Vistos em conjunto, esses critérios, caso aceitos, ensejariam o seguinte quadro:

(a) o pedido explícito de votos, entendido em termos estritos, caracteriza a realização de propaganda antecipada irregular, independentemente da forma utilizada ou da existência de dispêndio de recursos;



(b) os atos publicitários não eleitorais, assim entendidos aqueles sem qualquer conteúdo direta ou indiretamente relacionados com a disputa, consistem em "indiferentes eleitorais", situando-se, portanto, fora da alçada desta Justiça Especializada; e,

(c) o uso de elementos classicamente reconhecidos como caracterizadores de propaganda, desacompanhado de pedido explícito e direto de votos, não enseja irregularidade per se; todavia, a opção pela exaltação de qualidades próprias para o exercício de mandato, assim como a divulgação de plataformas de campanha ou planos de governo acarreta, sobretudo quando a forma de manifestação possua uma expressão econômica minimamente relevante, os seguintes ônus e exigências: (i) impossibilidade de utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda (outdoor, brindes, etc); e (ii) respeito ao alcance das possibilidades do pré-candidato médio" (TSE. Agravo de Instrumento nº924, Acórdão, Relator(a) Min. Tarcisio Vieira De Carvalho Neto, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Data 22/08/2018. (grifou-se)

Assim, conforme jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral^[1], para a configuração de propaganda eleitoral antecipada é necessário primeiro analisar a existência ou não de conteúdo eleitoral; caso ausente, constitui indiferente eleitoral. Uma vez constatado o conteúdo eleitoral, passa-se a análise de três parâmetros alternativos, são eles: "(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."

No presente caso, observa-se que não há controvérsia quanto ao conteúdo eleitoral do material e afastada a ausência de pedido explícito de votos, passando-se à análise da questão referente à utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda.

Diferentemente do entendimento do E. Relator, embora não caracterizada a existência de propaganda eleitoral irregular pelo pedido explícito de votos, eis que permitida pela legislação eleitoral atos de divulgação de promoção pessoal, tal fato, por si só, não exime o partido político ou candidato de cumprir às exigências legais vigentes durante o período de campanha.

Em que pese não tenham as postagens aparência de propaganda eleitoral antecipada, diante da ausência de "pedido expresso de voto", observo que o material não respeitou o contido no art. art. 29, § 5º da Resolução TSE nº 26.610/2019, senão vejamos:

Art. 29. É vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, excetuado o impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos políticos, coligações e candidatos e seus representantes (Lei nº 9.504/1997, art. 57-C, caput).

[...]

§ 2º A violação do disposto neste artigo sujeita o responsável pela divulgação da propaganda ou pelo impulsionamento de conteúdos 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) ou em valor equivalente ao dobro da quantia despendida, se esse cálculo superar o limite máximo da multa (Lei nº 9.504/1997, art. 57 - C, § 2º).

§ 3º O impulsionamento de que trata o caput deste artigo deverá ser contratado diretamente com provedor da aplicação de internet com sede e foro no país, ou de sua filial, sucursal, escritório, estabelecimento ou representante legalmente estabelecido no país e apenas com o fim de promover ou beneficiar candidatos ou suas agremiações, vedada a realização de propaganda negativa (Lei nº 9.504/1997, art.

§ 4º O representante do candidato a que alude o caput deste artigo se restringe à pessoa do administrador financeiro da respectiva campanha.

§ 5º Todo impulsionamento deverá conter, de forma clara e legível, o número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) ou o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) do responsável, além da expressão "Propaganda Eleitoral".

[não destacado no original]

Muito embora a legislação eleitoral não elenque proibições na pré-campanha, como o fez para o período eleitoral, há que se interpretar o sistema eleitoral como um todo e concluir que as proibições e exigências legais estabelecidas para a campanha eleitoral devem ser aplicadas também à pré-campanha.

Essa interpretação é condizente com o princípio eleitoral da paridade de armas, pois se tais proibições não pudessem ser aplicadas ao período de pré-campanha geraria entre os concorrentes um desequilíbrio que não pode ser aceito pela Justiça Eleitoral.

Parece-me ilógico exigir dos candidatos ou dos responsáveis pelo impulsionamento com propaganda eleitoral os requisitos descritos acima durante o período eleitoral e não os exigir dos pré-candidatos durante a pré-campanha, sob pena de inviabilizar a transparência neste interim e a possibilidade dos eleitores identificarem quem pagou pelo impulsionamento, bem como qual o valor foi despendido, ficando evidente que isso poderá desequilibrar o pleito, ressaltando que essas informações são de suma importância para averiguar eventual abuso de poder econômico.

Nesse contexto, seguindo aquele entendimento já firmado por esta Corte de que “as restrições impostas pela norma eleitoral às condutas praticadas no período de campanha são aplicadas, por similaridade, ao tempo da pré-campanha”^[2], pode-se concluir que a divulgação de atos de pré-campanha (art. 36-A da Lei das Eleições) através de impulsionamento de conteúdo é perfeitamente legal, desde que o responsável pelo impulsionamento observe as premissas contidas no ordenamento jurídico eleitoral transrito acima.

Ademais, entendo desarrazoado que o intérprete, ao estabelecer que os meios vedados à campanha eleitoral se aplicam à pré-campanha, aplique apenas alguns dispositivos da legislação eleitoral (caso outdoors e art. 39, § 8º da LE) e outros tantos dispositivos não serem igualmente aplicados à pré-campanha, regras essas que deixam claro os limites da liberdade de expressão na seara eleitoral e que visam nitidamente a transparência e a igualdade de oportunidades entre os candidatos, tão cara a esta Justiça Especializada.

Analisando o caso concreto, é possível verificar que, muito embora não se encontre no material pedido explícito de voto, é nítida a intenção de estreitar a relação entre o pré-candidato e os eleitores da cidade, ao proceder uma ampla divulgação com intuito de enaltecer seu nome junto ao eleitorado e cooptar votos de forma antecipada.

Ora, os requisitos estabelecidos na Resolução criam uma série de exigências que devem ser cumpridas para que a propaganda eleitoral veiculada seja considerada lícita, devendo essa regra ser respeitada tanto no período de campanha quanto na pré-campanha, sob pena de caracterização de propaganda eleitoral antecipada irregular, ainda que se referia a divulgação de atos de promoção pessoal de pré-candidato.

Portanto, apurado que nenhum dos requisitos do art. 29, § 5º da Resolução TSE nº 26.610/2019 foi atendido conforme se depreende dos autos, conclui-se que no caso em análise a divulgação da pré-candidatura por meio de impulsionamento eletrônico se deu por meio ilícito.

Deste modo, uma vez apurado que se está diante de uma divulgação de pré-candidatura que não respeitou os requisitos formais para tanto, aplicável a sanção prevista no art. 36, § 3º da Lei das Eleições.

Deste modo, meu voto é no sentido de igualmente conhecer o recurso e, dar provimento para manter integralmente a sentença de 1º grau a fim de reconhecer a propaganda antecipada irregular.

ROGÉRIO DE ASSIS

Relator

[1] DIREITO ELEITORAL. AGRAVO INTERNO EM RECURSO ESPECIAL ELEITORAL. ELEIÇÕES 2018. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. CARREATA. DISCURSO PÚBLICO. AUSÊNCIA DE PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTO. LIBERDADE DE EXPRESSÃO. 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, deve-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. [...] (Recurso Especial Eleitoral nº 060048973, Acórdão, Relator(a) Min. Luís Roberto Barroso, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Tomo 45, Data 06/03/2020, Página 90-94)

[2] EMENTA: ELEIÇÕES 2020 – RECURSO ELEITORAL – PROPAGANDA ELEITORAL – BRINDE – DISTRIBUIÇÃO DE CALENDÁRIOS- AUSÊNCIA DE PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTO – MEIO PROSCRITO - INTERPRETAÇÃO LÓGICA DO SISTEMA ELEITORAL - APLICAÇÃO DAS RESTRIÇÕES IMPOSTAS À PROPAGANDA ELEITORAL AOS ATOS DE PRÉ-CAMPANHA - CIÊNCIA DO CANDIDATO - RECURSO CONHECIDO E DESPROVIDO.



1. Os atos de pré-campanha estão atualmente previstos e regulamentados na legislação eleitoral, não se caracterizando, necessariamente, propaganda eleitoral antecipada.

2 A interpretação sistemática da legislação que trata da propaganda eleitoral, nos permite concluir acerca da incompatibilidade da realização de atos legais de pré-campanha com a extração dos limites de forma e meio impostos à campanha eleitoral propriamente dita, sob pena de se permitir uma disparidade de forças entre os futuros candidatos.

3 É lícita na pré-campanha a divulgação da intenção do candidato de lançar-se em uma futura disputa eleitoral, com a divulgação de sua plataforma de ideias, no entanto o veículo do qual se serve não pode ser proscrito pela legislação que rege a campanha eleitoral.

4 Caracterizada a ciência do pré-candidato visto que divulgou a distribuição dos calendários em rede social.

5- A realização de atos de pré-campanha por meio da distribuição de brindes, importa em ofensa ao art. 36, §3º da Lei 9.504/97, acarretando a imposição de multa, independentemente de pedido expresso de voto.

6. Recurso conhecido e desprovido.

(RE 0600017-84.6.16.0178 – Curitiba – PR, Relator: ROGÉRIO DE ASSIS Data de Julgamento: 18/09/2020)

EXTRATO DA ATA

RECURSO ELEITORAL Nº 0600061-06.2020.6.16.0178 - Curitiba - PARANÁ - RELATOR: DR. THIAGO PAIVA DOS SANTOS - RECORRENTE: FERNANDO DESTITO FRANCISCHINI - RECORRENTE: PARTIDO SOCIAL LIBERAL - PSL COMISSAO PROVISORIA MUNICIPAL - CURITIBA/PR - Advogados dos RECORRENTES: HORACIO MONTESCHIO - PR0022793, GUSTAVO SWAIN KFOURI - PR0035197, FERNANDO GUSTAVO KNOERR - PR0021242, ELIZA SCHIAVON - PR0044480, ANA CAROLINE DOS SANTOS COSTACURTA - PR0092768, ALINE FERNANDA PEREIRA KFOURI - PR0040639, VIVIANE COELHO DE SELLOS KNOERR - PR0063587, ANTONIO ROBERTO BARROS PIRES DA COSTA - PR0099864 - RECORRIDO: JOAO GUILHERME OLIVEIRA DE MORAES - RECORRIDA: GEOVANA CONTI DE SA - Advogados dos RECORRIDOS: MARCELA BIANCHINI BUENO DE OLIVEIRA - PR0104568, JULIANA BERTHOLDI - PR0075052, LEYNER LUIZ GIOSTRI CASCAO DE ALBUQUERQUE LIMA - PR0082680, ANDREA SABBAGA DE MELO - PR0026678.

DECISÃO

À unanimidade de votos, a Corte conheceu do recurso, e, no mérito, por maioria de votos, negou-lhe provimento, nos termos do voto do Relator. Vencido o Juiz Rogério de Assis, que declara voto.

Presidência do Excelentíssimo Senhor Desembargador Tito Campos de Paula. Participaram do julgamento os Eminentíssimos Desembargadores: Desembargador Vitor Roberto Silva, Rogério de Assis, Carlos Alberto Costa Ritzmann, Thiago Paiva dos Santos, Desembargador Federal Fernando Quadros da Silva e Roberto Ribas Tavarnaro. Presente a Procuradora Regional Eleitoral em exercício, Mônica Dorotea Bora.

SESSÃO DE 27.10.2020.



Assinado eletronicamente por: THIAGO PAIVA DOS SANTOS - 30/11/2020 16:56:13
<https://pje.tre-pr.jus.br:8443/pje-web/Processo/ConsultaDocumento/listView.seam?x=2011271708423070000014147142>
Número do documento: 2011271708423070000014147142

Num. 14717416 - Pág. 12