



PODER JUDICIÁRIO
TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL

RECURSO ELEITORAL (11548) - 0600058-49.2024.6.02.0033 - Maceió - ALAGOAS

RELATOR: Desembargador SOSTENES ALEX COSTA DE ANDRADE

RECORRENTE: RAFAEL DE GOES BRITO

Advogados do(a) RECORRENTE: ALEXANDRE SILVA DE ARAUJO - AL20567, PAULO JORGE MOREIRA CABRAL FILHO - AL14176-A, PEDRO HENRIQUE PEREIRA DE OLIVEIRA - AL20231, JESSICA CAROLINE DOS SANTOS SILVA - AL18011, ANNE CAROLINE DA CRUZ LIMA - AL18026, HUGO SOUSA DOS REIS GOMES - AL10533-A, KARISSA MIRELLE TERCENIO COSTA - AL13510-A, DAGOBERTO COSTA SILVA DE OMENA - AL9013-A

RECORRIDA: PARTIDO LIBERAL - MACEIO - AL - MUNICIPAL

Advogados do(a) RECORRIDA: LUIZ FELLIPE PADILHA DE FRANCA - AL11679, LEONARDO CAVALCANTE EPIFANIO - AL20698, HUGO VELOSO CAVALCANTE - AL14747-A, DANIEL PADILHA VILANOVA - AL16839, FABIANO DE AMORIM JATOBA - AL5675-A, THIAGO RODRIGUES DE PONTES BOMFIM - AL6352-A

EMENTA

ELEIÇÕES 2024. RECURSO EM REPRESENTAÇÃO. PRELIMINARES. ILEGITIMIDADE PASSIVA. INÉPCIA DA INICIAL. CONEXÃO. REJEIÇÃO. MÉRITO. USO DE OUTDOOR. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. CARÁTER ELEITOREIRO DAS MENSAGENS. MEIO PROSCRITO PELA LEGISLAÇÃO DE REGÊNCIA. INEQUÍVOCA PROVA DO CONHECIMENTO PRÉVIO DO REPRESENTADO. MANUTENÇÃO DA MULTA. CONHECIMENTO E NÃO PROVIMENTO AO APELO.

Acordam os Desembargadores do Tribunal Regional Eleitoral de Alagoas, à unanimidade de votos, em negar provimento ao apelo, mantendo a sentença em todos os seus termos, conforme voto do Relator. Sustentações orais dos causídicos Dagoberto Costa Silva de Omena e Felipe Rodrigues Lins.

Maceió, 29/08/2024

Desembargador Eleitoral SOSTENES ALEX COSTA DE ANDRADE

RELATÓRIO

Cuida-se de Recurso Eleitoral interposto em face de sentença proferida pelo Juízo da 33ª Zona, que julgou procedente a Representação proposta pelo Partido Liberal em desfavor de Rafael de Góes Brito, por propaganda eleitoral antecipada e por uso de outdoor.

Em suas razões recursais, o representado sustenta, inicialmente, a sua ilegitimidade passiva, por ausência de autoridade e responsabilidade sobre a propaganda partidária do MDB em Alagoas. Argumenta, ainda, a inépcia da inicial por ausência de litisconsórcio passivo necessário, qual seja, do Diretório do MDB. Por fim, suscitou a reunião de processos ajuizados pelo PL que tratam sobre outdoor, em face da conexão.

Sobre o mérito propriamente dito, o Recorrente afirma que não houve propaganda eleitoral antecipada, em face da ausência de pedido de votos, menção a pré-candidatura ou as eleições de 2024, tratando-se de mera publicidade partidária permitida em lei.

Consigna que não haveria vedação à publicidade partidária, mormente pela inexistência de limitação à mensagem de estímulo à filiação de eleitores.

O Recorrente postula o provimento do seu apelo para o fim de ser reconhecida a sua ilegitimidade passiva ou, que seja reconhecida a inépcia da inicial, bem como a reunião dos processos conexos, ou, de forma alternativa, que se reforme a sentença para reconhecer a improcedência da demanda.

Foram apresentadas contrarrazões pela agremiação.

De seu turno, o MINISTÉRIO PÚBLICO, em parecer, refutou as argumentações do apelante e opinou pelo desprovimento do recurso.

É o Relatório.

VOTO

De início, verifico que o recurso é cabível, as partes são legítimas e têm interesse na reforma da sentença. Não há fato impeditivo ou extintivo do poder recursal, os recursos foram manejados em tempo hábil e possuem regularidade formal, razão pela qual o admito.

Passo ao exame das preliminares suscitadas pelo recorrente em suas razões.

Da ilegitimidade passiva

Conforme já relatado, sustenta o recorrente ser parte ilegítima, vez que não foi o responsável pela veiculação da propaganda, realizada pelo Diretório Estadual do MDB.

Todavia, não merece prosperar a argumentação, haja vista que o representado é o Presidente Estadual da agremiação, com plena ciência dos outdoors instalados em lugares públicos de grande circulação. De modo que rejeito a preliminar.

Da inépcia da petição inicial

Sustenta o recorrente que a petição inicial seria inepta em face da ausência de formação do litisconsórcio passivo necessário com a agremiação MDB.

Não obstante a agremiação não ter sido citada, há de se pontuar que não há necessidade ou previsão de litisconsórcio nesses casos de propaganda antecipada. Inexistindo previsão legal na seara eleitoral, no caso existe apenas a possibilidade de litisconsórcio facultativo, conforme pacificado na jurisprudência. Destaco o seguinte precedente:

"RECURSO ESPECIAL. PROPAGANDA IRREGULAR. PRELIMINARES AFASTADAS. (...) Sobre a intimação do PMDB, a despeito do preconizado no art. 241, do Código Eleitoral, alusivo à responsabilidade solidária da agremiação pela propaganda eleitoral, não se constitui o litisconsórcio necessário. Poderá o partido intervir como terceiro interessado posto que solidariamente responsável, mas sua atuação é facultativa, sendo desnecessária sua intimação. (RESPE - RECURSO ESPECIAL ELEITORAL nº 15502 - Brasília/DF - Acórdão nº 15502 de 17/11/1998 - Relator (a) Min. WALTER RAMOS DA COSTA PORTO - Publicação: DJ - Diário de Justiça, Data 04/12/1998, Página 60 RJTSE - Revista de Jurisprudência do TSE, Volume 11, Tomo 2, Página 257)."

Por todo o exposto, rejeito a preliminar.

Da alegação de conexão entre processos

Nos termos do art. 55 do Código de Processo Civil, duas ou mais ações são conexas quando tiverem em comum o pedido ou a causa de pedir.

No caso ora tratado, não se observa igual causa de pedir com os demais processos onde se pede a retirada de *outdoors* pelo MDB. Eis o que consignado pelo magistrado de 1º grau em sua decisão:

"as propagandas ditas irregulares foram realizadas em locais diferentes, o que, segundo a firme jurisprudência das Cortes Eleitorais, enseja discrepância nas causas de pedir e no acervo fático- probatório. Precedentes: TSE (Recurso Ordinário nº 218847, Acórdão, Relator a Min. Tarcisio Vieira De Carvalho Neto, DJe, Data 18/5/2018)"

Nessa toada, inexistindo a mesma causa de pedir remota, não há que se falar em conexão entre as diversas ações. Preliminar rejeitada.

Mérito

Dando continuidade à apreciação da causa, observo que a agremiação Representante pretende demonstrar e inibir atos ilícitos de pré-campanha de Rafael Brito, através da autopromoção eleitoral do pré-candidato por meio proscrito.

Em suas razões, o Representado sustenta que a propaganda é partidária, inexistindo conteúdo eleitoral, mas tão somente o chamamento para filiação dos eleitores à agremiação.

Todavia, considerando-se as características da publicidade, entendo **que possui nítido caráter eleitoral, consistente em propaganda antecipada do Representado**, já que transborda os limites da divulgação partidária e chamamento à composição do MDB, de forma a propiciar vantagem ao então pré-candidato.

Outro não tem sido o entendimento da jurisprudência Eleitoral, vejamos:

“OUTDOOR. CONTEÚDO ELEITORAL. MEIO PROSCRITO NO PERÍODO DE CAMPANHA. DENEGAÇÃO DA ORDEM. 1....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...Considera-se vedado, no período pré-eleitoral, o uso de formas e instrumentos de campanha igualmente proscritos no período destinado à propaganda eleitoral, o que se faz a partir de uma ... [“TRE-RJ - Inteiro Teor. MANDADO DE SEGURANCA CIVEL: MSCiv 6004967420226190000 RESENDE - RJ 060049674, Jurisprudência•Data de publicação: 23/08/2022](#)

“Recurso Eleitoral. Notificação do representado via fac-símile. Propaganda eleitoral vedada. Outdoor. Caracterização. Prévio conhecimento. Recurso improvido. De acordo com a Resolução nº 23.193/10 - TSE as notificações serão feitas por fac-símile ou correio eletrônico, no endereço informado por ocasião do pedido de registro (art. 7º, § 2º) ao candidato, partido político ou coligação. É dever de cada candidato, por sua vez, com o requerimento do registro de sua candidatura, fornecer o número de fac-símile e o endereço de correio eletrônico no qual poderá receber intimações e comunicados (art. 9º).O uso de outdoor é expressamente vedado por lei. Configura propaganda eleitoral em outdoor a publicidade em espaço de grande porte e que se encontra em local de amplo alcance público. Não há que se falar em desconhecimento da propaganda, considerando que as características que representam a

mensagem publicitária através de outdoor, conduzem a presença do prévio conhecimento do beneficiário. O uso de outdoor, por si só, já caracteriza propaganda ostensiva, pois exposta em local público de intenso fluxo com forte e imediato apelo visual. Recurso não provido.” TRE-RO - RECURSO EM REPRESENTAÇÃO R-Rp 140507 RO (TRE-RO).

O Tribunal Superior Eleitoral consolidou o entendimento no sentido de que a propaganda eleitoral pressupõe, em primeiro lugar, a veiculação de mensagem dotada de conteúdo eleitoral. Assim, atestado o caráter eleitoral da propaganda, deve-se verificar a presença de três parâmetros alternativos: a) a existência de pedido explícito de votos; b) o emprego de formas proscritas durante o período de propaganda eleitoral regular; e c) a violação ao princípio da igualdade de oportunidades entre os candidatos. É o que se extrai, por exemplo, do julgamento do AgR-AI nº 0600091- 24.2018.6.03.0000, da Relatoria do Min. Luís Roberto Barroso, cujo Acórdão foi publicado no DJe de 5.2.2020.

Nessa toada, ainda que a propaganda eleitoral prevista no art. 36 da Lei das Eleições e também disciplinada pelo Tribunal Superior Eleitoral através da Res. TSE de n.º 23.610/2019, venha sofrendo flexibilizações ao longo dos anos, deixando os pré-candidatos e candidatos com uma gama de possibilidade de se promoverem sem que haja configuração de irregularidade perante a legislação eleitoral, faz-se necessário destacar que o colendo TSE, através da Res. TSE nº 23.732/2024, acrescentou o art. 3º-A e seu parágrafo único à Res. TSE 23.610/2019, e passou a considerar pedido explícito de voto não apenas a expressão “vote em”, mas também outros termos e expressões que transmitam similar conteúdo. Vejamos:

Art. 3º-A. Considera-se propaganda antecipada passível de multa aquela divulgada extemporaneamente cuja mensagem contenha pedido explícito de voto, ou que veicule conteúdo eleitoral em local vedado ou por meio, forma ou instrumento proscrito no período de campanha. (Incluído pela Resolução nº 23.671/2021)

O ponto nodal da presente lide é, portanto, aferir se a propaganda impugnada preenche os requisitos normativos e jurisprudenciais, colhidos dos precedentes do TSE, para que seja considerada propaganda eleitoral antecipada, realizada por meio proscrito, e conseqüentemente, passível das reprimendas legais.

Pois bem, o caso em tela consiste em utilização de *outdoor* que contém enaltecimento do representado RAFAEL BRITO por meio da exibição de sua foto, seu nome, bem como destaque VIDA NOVA NAS GROTAS, além da expressão BORA!

Assim, penso que restou caracterizada a natureza eleitoral da divulgação, bem como que o meio através do qual as mensagens foram veiculadas (*outdoors*) é proscrito pelo já citado art. 39, § 8º, da Lei 9.504/97.

No mesmo sentido foi o posicionamento da Procuradoria Regional Eleitoral, *in verbis*:

No caso dos autos, verifica-se que houve desbordamento do que é autorizado pelo art. 36-A da Lei 9.504/97. Observa-se,

associada ao conteúdo promocional do pré-candidato RAFAEL BRITO, a utilização das chamadas "palavras mágicas", semanticamente análogas ao pedido de votos, afastando o caráter de mera promoção política para caracterizar a propaganda eleitoral antecipada.

A conotação de apelo ao voto do eleitor pode ser identificada na dicção "Bora". Ao ver do Ministério Público, é fundamentalmente nesta sugestiva exortação, aliada ao contexto e à forma como se viu veiculada a propaganda, que reside o equivalente semântico do pedido explícito de votos ("Vote em mim"), conduta que representa, reiterar-se, um desbordamento do que é autorizado pela norma contida no art. 36-A da Lei das Eleições.

Ressalto que apesar de o período de propaganda eleitoral ter se iniciado em 16 de agosto, isso em nada altera a irregularidade da propaganda em decorrência do uso de meio proscrito, afinal a utilização de *outdoor* para fins eleitorais é vedada tanto na fase de pré-campanha como na de campanha propriamente dita.

Desse modo, restando demonstrado pelo representante que o *outdoor* foi constatado em período de pré-campanha, a decisão monocrática deva ser mantida pelos seus próprios argumentos, posto que fora devida e minuciosamente fundamentada, com base nas provas coligidas, na legislação vigente e na jurisprudência aplicável ao caso. Destaco o seguinte trecho:

“Fixados esses fundamentos, verifica-se que no caso dos autos, a publicidade impugnada constitui verdadeira propaganda eleitoral, veiculada por meio proscrito, pois constata-se: 1) foto e nome de pré-candidato "RAFAEL_BRITO"; 2) frase com a sigla do partido "FILIE_SE AO MDB" a qual é filiado/presidente; 3) conclamação "BORA" e 4) mensagem contendo programa do Governo Estadual: "O PARTIDO DO VIDA NAS GROTTAS", mais se aproximando de uma propaganda eleitoral extemporânea por meio de outdoor do que a propaganda partidária supostamente proposta.

A desproporção entre o tamanho da foto do pré-candidato, do nome "RAFAEL_BRITO", dos atos de governo "O PARTIDO DO VIDA NAS GROTTAS", bem como da palavra de conclamação "BORA", comparando-se com a expressão "FILIE_SE AO MDB", torna a suposta propaganda partidária praticamente insignificante e imperceptível, dando maior conotação ao caráter eleitoral.

A despeito de trazer, em letras pequenas, a expressão "FILIE_SE AO", não tem qualquer dado de contato. De igual forma, a identificação de Representado como "Presidente do MDB em Maceió", também grafada em letras pequenas, praticamente imperceptível, não tem o condão de promover o partido. A promoção pessoal do Representado "RAFAEL_BRITO", ao contrário, é evidente.

Vê-se desse outdoor, como dito, que há uma busca disfarçada de apoio ao Representado, com o objetivo de angariar votos. Assim trata-se de propaganda irregular, tanto pela questão temporal (extemporânea e antecipada), quanto pela questão do meio vedado, segundo artigo 39 § 8º da lei 9.504/97, como consta em reiteradas decisões do Tribunais Eleitorais (...)

Não merece prosperar, portanto, a tese defensiva que aduz que não haveria pedido explícito de votos no caso em voga, mas apenas propaganda partidária

legítima. Na espécie, como já consignado, houve nítido emprego de verbetes congêneres ao pedido de voto, a exemplo da conclamação "BORA". A interpretação das aludidas expressões, em conjunto com a proximidade coma as Eleições, permite aferir de modo explícito a pretensa convocação de eleitores ao apoioamento do pré-candidato.

Destaque-se que, para que haja a responsabilização pela imputação de propaganda irregular, pressupõe-se a comprovação da autoria ou o prévio conhecimento do beneficiário quando este não é o autor da propaganda. Precedentes do TSE (Representação nº 060006148 , DJE de 04/05/2020)

As circunstâncias fáticas do caso ora examinado, permitem concluir a ciência dos outdoors combatidos por parte do Representado, haja vista ter sido instalado em lugar público e de grande circulação, preenchendo um dos requisitos do art. 36, § 3º da Lei das Eleições."

Tal conclusão é, inclusive, corroborada pela jurisprudência, que pode ser exemplificada pelo seguinte precedente:

RECURSO ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL EXTEMPORÂNEA. EXALTAÇÃO DE FEITOS DO PRÉ-CANDIDATO. CONTINUIDADE. AUSÊNCIA DE PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTOS. UTILIZAÇÃO DE OUTDOOR. VIÉS ELEITORAL. MEIO PROSCRITO. APLICABILIDADE DAS RESTRIÇÕES IMPOSTAS À PROPAGANDA ELEITORAL EM ATOS DE PRÉ-CAMPANHA. CIÊNCIA DO CANDIDATO. PECULIARIDADES DO CASO CONCRETO. DUPLICIDADE NA APLICAÇÃO DE SANÇÃO. RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO. 1. In casu, não se pode descartar o viés eleitoral da mensagem afixada diante de a personagem em destaque ser o atual prefeito de município onde se encontram os dois outdoors e pré-candidato à reeleição para aquele cargo. 2. A leitura que se faz da mensagem resume que a conquista da população no tocante ao abastecimento de água, a qual, no caso, ainda vai chegar (futuro), se deve a Luiz Aroldo e à eventual continuidade de sua gestão. 3. A realização de propaganda, quando desacompanhada de pedido explícito e direto de votos, não enseja irregularidade per se. 4. Resta caracterizado o ilícito eleitoral quando o veículo de manifestação se dá pela utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda, caso da afixação de mensagem de cunho eleitoral via outdoors. 5. O art. 40-B, parágrafo único, da Lei 9.504/97, prevê que a responsabilidade será demonstrada se as circunstâncias e peculiaridades do caso concreto indicarem impossibilidade de o beneficiário não ter conhecimento da propaganda 6. Sendo o fato único, e a propaganda tida por extemporânea tão somente devido à utilização de meio proscrito, ao aplicar a multa do art. 36, § 3º cumulada com a do § 8º do art. 39, ambas da Lei nº 9.504/97 estar-se-ia a fazê-lo em duplicidade, incorrendo em espécie de bis in idem. 7. Não fixa a lei um marco temporal a partir do qual (dies a quo) a comunicação política possa ser caracterizada como #propaganda antecipada#. Diante disso, tem-se entendido que o evento pode ocorrer em qualquer tempo, mesmo em anos anteriores ao do pleito. 8. Recurso parcialmente provido para minorar a multa aplicada para o valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), nos termos do § 8º do art. 39, da Lei nº 9.504/97. (TRE-PE - RE: 060000764 ÁGUAS BELAS - PE, Relator: CARLOS GIL RODRIGUES FILHO, Data de Julgamento: 26/06/2020, Data de Publicação: DJE - Diário de Justiça Eletrônico, Tomo 136, Data 08/07/2020, Página 41-42).

Ac.-TSE, de 22.2.2011, no AgR-AI nº 375310: a limitação imposta pela Justiça Eleitoral deve levar em conta não apenas a dimensão, mas também o impacto visual da propaganda.

Ac.-TSE, de 16.9.2021, no AgR-REspEl nº 060004743: incorre em multa ainda que não haja pedido explícito de votos a prática de atos pré-campanha por meio de outdoors, conduta vedada por este parágrafo.

Ac.-TSE, de 25.8.2016, no AgR-AI nº 768451: para configuração de outdoor, basta que o engenho ou o artefato, dadas suas características e/ou impacto visual, a ele se equipare.

Nesse diapasão, é irrelevante que a peça publicitária faça também referência à filiação de eleitores, posto que, ao ser mantida no período eleitoral de 2024 ou em data próxima ao período eleitoral crítico, acaba por trazer indevida vantagem ao postulante do mandato eletivo.

Desse modo, não se pode permitir que peças publicitárias desse jaez fiquem aos olhos da população, ainda que por curto período de tempo, adentrando no período eleitoral ou em data próxima às eleições, sob pena de quebra da igualdade da disputa e de fraude indireta à lei.

Ante o exposto, acompanhando o parecer ministerial, voto pelo desprovimento do apelo, mantendo a sentença em todos os seus termos.

É como voto.

Des. Eleitoral SÓSTENES ALEX COSTA DE ANDRADE

Relator