



PODER JUDICIÁRIO

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE ALAGOAS

RECURSO ELEITORAL(11548) Nº 0600669-77.2024.6.02.0008

PODER JUDICIÁRIO

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL

EMBARGOS DE DECLARAÇÃO (1327) - 0600669-77.2024.6.02.0008 - Pilar - ALAGOAS

RELATOR: Desembargador NEY COSTA ALCANTARA DE OLIVEIRA

EMBARGANTE: ELEICAO 2024 MARIA DE FATIMA RESENDE ROCHA OITICICA PREFEITO, ELEICAO 2024 TAYRONNE HENRIQUE DOS SANTOS VICE-PREFEITO

Representantes do(a) EMBARGANTE: FERNANDO ANTONIO JAMBO MUNIZ FALCAO - AL5589-A, GUSTAVO FERREIRA GOMES - AL5865-A, DERALDO VELOSO DE SOUZA - AL8300-A, SAVIO LUCIO AZEVEDO MARTINS - AL5074-A

Representantes do(a) EMBARGANTE: HERMANN DE ALMEIDA MELO - AL6043-A, CARLOS CHRISTIAN REIS TEIXEIRA - AL9316, FABIO HENRIQUE CAVALCANTE GOMES - AL4801-A, RUBENS MARCELO PEREIRA DA SILVA - AL6638-A, LUIS CAUBI CAVALCANTE DE SOUZA FILHO - AL17192, GUSTAVO FERREIRA GOMES - AL5865-A, DERALDO VELOSO DE SOUZA - AL8300

EMBARGADA: ELEICAO 2024 THAIS VIANA DE MENDONCA CANUTO PREFEITO, COLIGAÇÃO "PILAR PODE MAIS" (PDT E PSD)

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

Representantes do(a) EMBARGADA: DAGOBERTO COSTA SILVA DE OMENA - AL9013-A, KARISSA MIRELLE TERCENIO COSTA - AL13510-A, ANNE CAROLINE DA CRUZ LIMA -

EMENTA

DIREITO ELEITORAL. ELEIÇÕES 2024. EMBARGOS DE DECLARAÇÃO. RECURSO ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO POR PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR. SENTENÇA DE PROCEDÊNCIA. USO DE TELÃO DE LED COM EFEITO DE *OUTDOOR*. EXIBIÇÃO DE MATERIAL DE CAMPANHA. CONFIGURAÇÃO DE PROPAGANDA ELEITORAL EM MEIO PROSCRITO. PROCEDÊNCIA DA REPRESENTAÇÃO. MULTA MANTIDA. DESPROVIMENTO. ALEGAÇÃO DE OMISSÃO NO ACÓRDÃO EMBARGADO. DECISÃO CLARA E FUNDAMENTADA. INEXISTÊNCIA DE VÍCIOS. REJEIÇÃO.

I. Caso em exame

1. Embargos de Declaração, com efeitos infringentes, opostos por MARIA DE FÁTIMA RESENDE ROCHA OITICICA (FÁTIMA REZENDE) e TAYRONNE HENRIQUE DOS SANTOS (TAYRONNE HENRIQUE) contra acórdão do TRE/AL que negou provimento a Recurso Eleitoral, mantendo sentença que julgou procedente representação por propaganda eleitoral irregular por uso de *outdoor*.

2. A representação foi ajuizada em face do uso, em comício eleitoral, de telão eletrônico de grandes proporções que veiculou, de forma proeminente e contínua, imagem, nome, número de urna e *slogan* de campanha dos embargantes, gerando efeito visual de *outdoor*.

3. O Juízo Eleitoral de 1º grau julgou procedente a representação e aplicou multa no valor de R\$ 10.000,00. O TRE/AL, por meio do acórdão embargado, negou provimento ao recurso dos embargantes, mantendo a sentença.

II. Questão em discussão

4. A questão em discussão consiste em saber se o acórdão embargado é omissivo por não ter se manifestado sobre a excepcionalidade da vedação ao *outdoor* quando utilizado de forma temporária em comícios e reuniões políticas, à luz da jurisprudência eleitoral.

III. Razões de decidir

5. Os Embargos de Declaração são cabíveis apenas para sanar obscuridade, contradição, omissão ou erro material (CE, art. 275; CPC, art. 1.022), não servindo para rediscutir o mérito da causa ou adequar o julgado à interpretação da parte.

6. O acórdão embargado analisou expressamente a alegação de que a veiculação em evento transitório

(comício) excepcionalia a vedação legal. Fundamentou-se na jurisprudência pacífica do TSE, que entende ser irrelevante a transitoriedade do evento para a incidência do art. 39, § 8º, da Lei nº 9.504/1997, se a propaganda gerar o "efeito visual de *outdoor*".

7. O julgado citou precedentes do TSE (AgR-REspEl nº 060088869/RO e AgR-REspEl nº 060095395/RR) que afirmam ser a proibição direcionada ao *efeito outdoor*, independentemente da mobilidade ou transitoriedade do meio publicitário.

8. O acórdão concluiu, com base nas provas dos autos (imagens e vídeos), que o telão utilizado tinha dimensões e impacto visual que caracterizavam o efeito de *outdoor* eletrônico, configurando a irregularidade. Assim, não há omissão a ser suprida, mas mero inconformismo dos embargantes com a fundamentação e o resultado do julgado.

IV. Dispositivo e tese

9. Embargos de Declaração rejeitados.

Tese de julgamento: "1. Os embargos de declaração são cabíveis apenas para sanar obscuridade, contradição, omissão ou erro material. 2. O inconformismo da parte com o entendimento adotado pelo Tribunal não caracteriza vício no julgado e não autoriza a oposição de embargos com efeitos infringentes."

Dispositivos relevantes citados: Lei nº 9.504/1997, art. 39, § 8º; Código Eleitoral, art. 275; Código de Processo Civil, arts. 1.022 e 1.025; Resolução TSE nº 23.610/2019, art. 26; Resolução TSE nº 23.457/2015, art. 20, § 1º.

Jurisprudência relevante citada: TSE, ED-AgR-Rp nº 205-74/DF, Rel. Min. Aldir Passarinho Junior, j. 16.6.2010; TSE, AgR-AI nº 280-16/MG, Rel. Min. Marcelo Ribeiro, j. 26.8.2010.

Acordam os Desembargadores do Tribunal Regional Eleitoral de Alagoas, à unanimidade de votos, em REJEITAR os Embargos de Declaração opostos, nos termos do voto do Relator.

Maceió, 03/02/2026

Desembargador Eleitoral NEY COSTA ALCANTARA DE OLIVEIRA

RELATÓRIO

Trata-se de Embargos de Declaração, com efeitos infringentes, opostos por MARIA DE FÁTIMA RESENDE ROCHA OITICICA (FÁTIMA REZENDE) e TAYRONNE HENRIQUE DOS SANTOS (TAYRONNE HENRIQUE) em face do Acórdão TRE/AL id. 10402622, por meio do qual este Tribunal negou provimento ao Recurso Eleitoral interposto pelos embargantes, mantendo a sentença que julgou procedente representação por propaganda eleitoral irregular, por uso de *outdoor*.

Em suas razões, os embargantes alegam que o acórdão embargado seria omissivo, uma vez que não teria se manifestado sobre a *"excepcionalidade da vedação de outdoor quando usado de forma temporária, à luz da jurisprudência eleitoralista, dado que os comícios e reuniões políticas não constituem hipóteses de incidência das vedações legais acerca do uso de artefatos publicitários que, eventualmente, gerariam efeito outdoor, uma vez que tais eventos se caracterizam pela transitoriedade e efemeridade, tendo uso e alcance de um público limitado e restrito ao lapso temporal de duração do evento"*.

Dessa forma, requerem o provimento dos embargos opostos, conferindo-lhe *"efeitos infringente, modificativo e prequestionatório"*.

Apesar de regularmente intimadas, as embargadas não apresentaram contrarrazões.

Instado a se manifestar, o Ministério Público Eleitoral opinou pelo não provimento dos Embargos de Declaração opostos.

Era o que havia de importante para relatar.

VOTO

Senhores Desembargadores, o presente recurso é tempestivo e preenche os demais requisitos de admissibilidade, razão pela qual dele conheço.

Contudo, observo que os embargos opostos não devem prosperar. Explico.

Os Embargos de Declaração estão previstos nos *artigos 275, do Código Eleitoral e 1.022, do Código de Processo Civil* e são admissíveis quando na decisão existir obscuridade, contradição, omissão ou erro material.

Analisando o voto condutor do acórdão embargado, no que se refere ao suposto vício apontado, observo que restou consignado o seguinte:

"(...)

Como relatado, trata-se de Recurso Eleitoral interposto contra sentença que julgou procedente representação por propaganda eleitoral irregular, decorrente do uso de painel eletrônico (telão) em comício, com a aplicação de multa no valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais).

A controvérsia central do presente recurso reside na definição de se a utilização de painel eletrônico (telão) em comício, exibindo slogan e número de campanha dos candidatos, configura a propaganda eleitoral irregular com "efeito outdoor", vedada pelo art. 39, § 8º, da Lei nº 9.504/97, e se a multa aplicada foi proporcional e adequada.

1. Da Propaganda Eleitoral Irregular e a Vedação ao "Outdoor Eletrônico"

A Lei nº 9.504/97, em seu art. 39, § 8º, é taxativa ao proibir a propaganda eleitoral por meio de outdoors, inclusive eletrônicos. A Resolução TSE nº 23.610/2019, que disciplina a propaganda eleitoral, reitera essa proibição em seu art. 26, prevendo sanções para o descumprimento, com multa que varia de R\$ 5.000,00 a R\$ 15.000,00.

O referido dispositivo legal estabelece que "É vedada a propaganda eleitoral mediante outdoors, inclusive eletrônicos, sujeitando-se a empresa responsável, os partidos, as coligações e os candidatos à remoção da propaganda irregular e ao pagamento de multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 15.000,00 (quinze mil reais)". A Resolução TSE nº 23.457/2015, em seu art. 20, § 1º, reforça que "não será tolerada propaganda eleitoral que, embora não utilize a forma de outdoor, gere nele efeito visual de outdoor", vedando, inclusive, a utilização de "engenhos ou equipamentos publicitários, como banners, cavaletes, bonecos e assemelhados, de dimensões que excedam 0,5 m² (meio metro quadrado)".

O propósito de tal vedação é claro e fundamental para a lisura do pleito eleitoral: busca-se evitar a poluição visual, o impacto desproporcional de grandes estruturas de propaganda e, acima de tudo, coibir o uso excessivo do poder econômico em detrimento da igualdade de oportunidades entre os candidatos.

Não se trata de uma mera formalidade, mas de um pilar do equilíbrio eleitoral. A propaganda eleitoral deve ser acessível e igualitária, não podendo ser dominada por aqueles que dispõem de maiores recursos financeiros para empregar em estruturas visuais de grande impacto.

2. Da Análise dos Argumentos dos Recorrentes

Os Recorrentes buscam a reforma da sentença ao argumentar, primeiramente, que inexistente vedação legal para o uso de painel eletrônico em comícios.

No que toca a este tema, cumpre esclarecer que a vedação legal não recai sobre a tecnologia do painel eletrônico per se, mas sim sobre o efeito que tal equipamento pode produzir, qual seja, o de outdoor. A jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral é assente no sentido de que a proibição abrange qualquer meio de propaganda que, pela sua dimensão, formato ou impacto visual, se assemelhe a um outdoor, independentemente do material ou tecnologia empregados.

O que se busca coibir é o desequilíbrio na disputa eleitoral provocado pelo poder econômico que permite a um candidato explorar visualmente um espaço público de forma desproporcional, extrapolando a mera transmissão de informações ou eventos.

A vedação ao outdoor eletrônico não se limita à sua fixação permanente ou em locais públicos tradicionais. O que a norma proíbe é a produção do "efeito outdoor", ou seja, a veiculação de propaganda eleitoral por meio de engenho publicitário de grandes dimensões que, pela sua magnitude e impacto visual, projete a mensagem dos candidatos de forma ostensiva e desproporcional.

A Corte Superior Eleitoral tem entendimento pacífico de que "o impacto visual de outdoor em bem público, mesmo que de forma transitória, enseja a incidência do art. 39, § 8º, da Lei das Eleições" (TSE, AgR-REspEl nº 060088869/RO, Rel. Min. Edson Fachin, j. 8.8.2019). Esta jurisprudência reafirma que a temporariedade ou a veiculação em evento não descaracterizam a infração, desde que a propaganda possua as características de um outdoor.

Nesse mesmo sentido, o TSE já decidiu que "configura propaganda irregular o uso de artefatos que, dadas as características, causam efeito visual de outdoor, sendo irrelevante a forma, a posição em que colocado ou a mobilidade/transitoriedade do material publicitário para a incidência do art. 39, § 8º, da Lei das Eleições" (TSE, AgR-REspEl nº 060095395/RR, Rel. Min. Kassio Nunes Marques, j. 12.9.2024).

É relevante notar que a própria jurisprudência do TSE estabelece limites de dimensões para painéis que não configurem outdoor eletrônico. Embora não haja uma metragem exata na lei, julgados como o AgR-REspEl nº 224538/GO (Rel. Min. João Otávio de Noronha, j. 25.11.2014) e o o AgR-REspEl nº 137940/RR (Rel. Min. Jorge Mussi, j. 19.4.2018), têm sinalizado que painéis de LED que ultrapassam 4,0m² (quatro metros quadrados) tendem a configurar o "efeito outdoor".

Na hipótese vertente, a prova documental e audiovisual acostada aos autos, consistente em vídeos e imagens do evento político, demonstra de forma cabal e insofismável que o telão, além de transmitir as imagens do comício, exibia de maneira proeminente e contínua o slogan de campanha e o número dos candidatos, com dimensão e visibilidade que, inegavelmente, geraram o efeito visual de outdoor. A mera retransmissão de um evento, que é permitida, foi desvirtuada para a exibição de propaganda estática e massiva, o que configura a burla à norma eleitoral. Assim, a tese de ausência de vedação legal se esvai diante da interpretação teleológica do art. 39, § 8º, da Lei nº 9.504/97, e da farta jurisprudência do TSE.

Como muito bem destacado pelo eminente Procurador Regional Eleitoral (id. 10327654), "não se ignora que o TSE possui entendimento acerca da ausência de ilicitude na utilização de telão para simples retransmissão, em tempo real, do próprio evento em que instalado. Entretanto, a despeito de alegarem os recorrentes que o artefato teria sido utilizado com tal propósito e de que seria publicidade transitória, as provas coligidas aos autos, como já ressaltado alhures, comprovam a veiculação de propaganda com efeito visual de outdoor no palanque dos candidatos, contendo a imagem, o nome e o número de urna dos representados, além do seu slogan de campanha".

Portanto, a argumentação de que o uso do telão em comício excepcionalmente a regra não se sustenta diante do peso da jurisprudência consolidada que visa coibir o "efeito outdoor", independentemente do local de

sua veiculação.

3. Da Suficiência das Provas

Em segundo lugar, os Recorrentes alegam a falta de prova inequívoca sobre o tamanho e as características da propaganda. Contudo, como bem salientado na sentença de primeiro grau e corroborado pelo Ministério Público Eleitoral, a análise dos elementos probatórios não deixa margem para dúvidas. A materialidade da conduta foi devidamente comprovada. As imagens e vídeos presentes nos autos revelam um painel de grandes proporções, claramente visível à distância, que não apenas mostrava a oratória dos candidatos, mas também, e de forma destacada, os símbolos e números eleitorais.

A percepção do "efeito outdoor" não depende de uma medição milimétrica do telão, mas sim do seu impacto visual no contexto do evento, da sua capacidade de transmitir uma mensagem eleitoral de forma ostensiva e amplificada, de modo a se assemelhar aos outdoors físicos ou eletrônicos expressamente proibidos. A prova é, portanto, robusta e inequívoca quanto à configuração da irregularidade.

Além disso, a legislação eleitoral não exige a medição precisa do engenho publicitário em metros quadrados para a configuração da infração, mas sim a sua capacidade de gerar o impacto visual de um outdoor, o que, no presente caso, restou sobejamente comprovado pelas mídias analisadas em primeiro grau e que ora se reitera. A visualização do material permite concluir, sem margem a dúvidas, que o telão utilizado tinha proporções que o caracterizavam como um outdoor eletrônico, extrapolando os limites da propaganda permitida.

4. Dos Demais Argumentos dos Recorrentes

No que se refere à suposta ausência de comprovação de culpa dos Recorrentes, é preciso recordar que, em matéria de propaganda eleitoral irregular, a responsabilidade dos candidatos é de natureza objetiva. Uma vez demonstrada a irregularidade da propaganda e sua vinculação à campanha, a culpa (lato sensu) dos beneficiários diretos é presumida.

In casu, os Recorrentes eram os protagonistas do comício e os beneficiários diretos da propaganda veiculada no painel. A divulgação de seus nomes, números e slogan em um evento de sua própria campanha lhes imputa a responsabilidade pela fiscalização e conformidade da propaganda ali veiculada. Não se trata de um ato de terceiro alheio à campanha, mas de uma ação diretamente ligada à sua estratégia eleitoral.

Os Recorrentes também arguíram que a condenação violaria o princípio da legalidade, por não haver norma que proíba especificamente a conduta. Entretanto, tal argumento já foi tangenciado no que se refere à interpretação do art. 39, § 8º, da Lei nº 9.504/97.

O princípio da legalidade é, sem dúvida, um pilar do direito eleitoral e do devido processo legal. Contudo, a norma proíbe a propaganda que gere "efeito outdoor", independentemente do meio. A inteligência da norma não pode ser subvertida por uma interpretação meramente literalista e dissociada de sua finalidade. O legislador, ao prever a vedação de "outdoors, inclusive eletrônicos", e o TSE, ao vedar propagandas que

"gerem efeito visual de outdoor", claramente buscaram impedir formas de propaganda massivas e dispendiosas que distorcem a paridade de armas entre os candidatos.

A conduta dos Recorrentes, ao usar o telão de forma ostensiva para exibir material de campanha em dimensões e proporções que rivalizam com um outdoor, enquadra-se perfeitamente na vedação legal, respeitando-se plenamente o princípio da legalidade.

5. Da Alegação de Litigância de Má-Fé

Quanto à alegação de litigância de má-fé das Recorridas, sob o argumento de que a própria Thaís Canuto teria utilizado telões em seus eventos, este Tribunal entende que tal fato, ainda que comprovado, não possui o condão de afastar a responsabilidade dos Recorrentes pela infração que lhes é imputada.

A suposta conduta irregular da candidata Thaís Canuto, se de fato ocorreu, constitui fato novo que deve ser apurado em ação própria, por meio de representação autônoma, sob pena de violação dos princípios do devido processo legal, do contraditório e da ampla defesa.

A prática de suposta irregularidade por uma das partes não legitima a conduta da parte adversa. Eventuais irregularidades praticadas por terceiros devem ser objeto de representações próprias e específicas, não servindo como escusa ou defesa para a conduta irregular ora analisada. A presente representação foca na conduta dos Recorrentes e a litigância de má-fé exige comprovação de alteração da verdade dos fatos ou intenção protelatória, o que não restou evidenciado.

6. Da Aplicação do Princípio da Proporcionalidade e da Dosimetria da Multa

Por fim, os Recorrentes pugnam pela aplicação do princípio da proporcionalidade na fixação da multa, requerendo sua redução ao patamar mínimo legal.

A Lei nº 9.504/97 e a Resolução TSE nº 23.610/2019 preveem, para a prática de propaganda eleitoral irregular mediante outdoor eletrônico, a aplicação de multa no valor de R\$ 5.000,00 a R\$ 15.000,00, sendo que a sentença de primeiro grau fixou a multa em R\$ 10.000,00 (dez mil reais).

Considerando a gravidade da conduta, o potencial de impacto visual da propaganda irregular veiculada em telão de grandes proporções, a necessidade de coibir práticas que desequilibram o pleito e, principalmente, a reincidência dos Recorrentes em práticas similares, o valor arbitrado pelo Juízo a quo mostra-se razoável e proporcional.

A fixação em patamar intermediário não destoia da finalidade da norma punitiva, servindo tanto para reprimir a conduta quanto para desestimular sua reiteração. Não se trata, portanto, de um valor exacerbado, estando dentro da discricionariedade do julgador, que atentou para as particularidades do caso concreto.

Ademais, a alegação das Recorridas de "reincidência" por parte dos Recorrentes certamente corrobora a necessidade de uma multa que não seja meramente simbólica. Ressalta-se quanto a este ponto que a sentença recorrida fez expressa menção aos autos do processo nº 0600386-54.2024.6.02.0008.

Nessa diapasão, entendo que a reincidência demonstra um desprezo reiterado pelas normas eleitorais, exigindo uma resposta judicial mais firme para assegurar o caráter pedagógico e dissuasório da sanção. Logo, a multa, neste patamar, cumpre a função de desestimular futuras infrações e de promover a igualdade na disputa eleitoral, sem se mostrar excessiva ou desproporcional.

Nesse contexto, entendo que a sentença recorrida deve ser mantida em todos os seus termos.

DISPOSITIVO

Ante o exposto, na esteira do parecer do Ministério Público Eleitoral, voto pelo desprovemento do Recurso Eleitoral interposto, mantendo incólume a sentença recorrida.

É como voto."

Da análise dos excertos acima transcritos, observa-se que, de forma bastante clara e pragmática, esta Corte esclareceu as razões pelas quais entendeu que, no presente caso, restou configurada a propaganda eleitoral irregular alegada na exordial. Este Plenário destacou que *"a análise dos elementos probatórios não deixa margem para dúvidas. A materialidade da conduta foi devidamente comprovada. As imagens e vídeos presentes nos autos revelam um painel de grandes proporções, claramente visível à distância, que não apenas mostrava a oratória dos candidatos, mas também, e de forma destacada, os símbolos e números eleitorais"*, motivo pelo qual negou provimento ao Recurso Eleitoral interposto.

Ocorre que, como relatado, os embargantes alegam que o acórdão embargado seria omissivo, uma vez que não teria se manifestado sobre a *"excepcionalidade da vedação de outdoor quando usado de forma temporária, à luz da jurisprudência eleitoralista, dado que os comícios e reuniões políticas não constituem hipóteses de incidência das vedações legais acerca do uso de artefatos publicitários que, eventualmente, gerariam efeito outdoor, uma vez que tais eventos se caracterizam pela transitoriedade e efemeridade, tendo uso e alcance de um público limitado e restrito ao lapso temporal de duração do evento"*.

Contudo, conforme muito bem destacado pelo eminente Procurador Regional Eleitoral (id. 10409694), *"a pretexto da existência de vícios no acórdão, busca o embargante rediscutir matéria já decidida, o que não se admite pela via dos embargos de declaração. Vê-se que o acórdão está claro e fundamentado quanto às razões que levaram o Tribunal a manter a decisão recorrida e reconhecer a propaganda eleitoral irregular, por uso de meio proscrito, não havendo ponto omissivo, obscuro ou contraditório que mereça integração. (...) Conforme se depreende do julgado, entendeu o Tribunal caracterizada a veiculação de propaganda eleitoral por artefato publicitário análogo ao outdoor, com o propósito de exibir, de maneira proeminente e contínua, o slogan de campanha e o número dos candidatos, com dimensão e visibilidade que, inegavelmente, geraram o efeito visual de outdoor, rechaçado pela legislação de regência. Não existe, portanto, omissão sobre os pontos ventilados. Ainda que tenha alcançado conclusão diversa da exposta no*

recurso, fez o Relator a devida análise probatória e descreveu, de maneira pormenorizada, os elementos de convicção no julgado".

Nesse contexto, ressalto que, apesar de os embargantes sustentarem que há vícios na decisão deste Tribunal, verifico que os presentes embargos foram opostos com o único intuito de adequar o julgado à sua interpretação, circunstância inadmissível no âmbito dessa via.

Dito isso, registro que o acórdão embargado fundamenta, de forma clara e precisa, a posição adotada diante dos fatos narrados e dos elementos probantes acostados aos autos, que foram exaustivamente analisados e discutidos.

Assim, visando os embargos tão somente demonstrar o inconformismo da parte diante do julgado, devem ser rejeitados. Nessa linha, cito precedentes do colendo Tribunal Superior Eleitoral:

EMBARGOS DE DECLARAÇÃO. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. OMISSÃO, CONTRADIÇÃO OU OBSCURIDADE. AUSÊNCIA. MERO PREQUESTIONAMENTO DE DISPOSITIVOS CONSTITUCIONAIS. IMPOSSIBILIDADE. REJEIÇÃO.

1. O v. acórdão ora embargado examinou todas as questões pertinentes à representação, concluindo ter havido, no discurso proferido pelo Excelentíssimo Senhor Presidente da República, propaganda eleitoral antecipada em favor da pré-candidata Dilma Rousseff.

2. As supostas omissões apontadas pelo embargante denotam o mero inconformismo com os fundamentos adotados pelo v. acórdão embargado e o propósito de rediscutir matéria já decidida, providência inviável na via aclaratória, conforme jurisprudência pacífica desta c. Corte Superior.

3. É incabível a pretensão de mero prequestionamento de dispositivos constitucionais se não houver na decisão embargada omissão, obscuridade ou contradição. Precedentes.

4. Embargos de declaração rejeitados.

(TSE, ED-AgR-Rp nº 20574/DF, Rel. Min. Aldir Passarinho Junior, j. 16.6.2010).

EMBARGOS DE DECLARAÇÃO. AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. AUSÊNCIA. INDICAÇÃO. OMISSÃO. CONTRADIÇÃO. OBSCURIDADE.

1. Embargos de declaração são admitidos para sanar omissão, obscuridade ou contradição no julgado (art. 275, I e II, CE). Não se prestam a promover novo julgamento da causa ou a forçar o ingresso na instância extraordinária se não houver vícios a serem supridos.

2. Embargos rejeitados.

(TSE, ED-AgR-AI nº 28016/MG, Rel. Min. Marcelo Ribeiro, j. 26.8.2010).

Outrossim, a disciplina processual inaugurada com o Código de Processo Civil de 2015 assegura o prequestionamento da matéria suscitada nos embargos, ainda que a decisão seja no sentido de inadmitir ou rejeitar os aclaratórios. Observe-se:

Art. 1.025. Consideram-se incluídos no acórdão os elementos que o embargante suscitou, para fins de prequestionamento, ainda que os embargos de declaração sejam inadmitidos ou rejeitados, caso o tribunal superior considere existentes erro, omissão, contradição ou obscuridade.

Dessa forma, de acordo com o *art. 1.025, do CPC*, que igualmente reproduz entendimento jurisprudencial, os pontos suscitados pelos embargantes passam a ser considerados prequestionados, mesmo que os Embargos de Declaração opostos na instância regional tenham sido inadmitidos ou rejeitados, desde que a Corte Superior entenda pela existência de erro, omissão, contradição ou obscuridade.

Ante o exposto, rejeito os Embargos de Declaração opostos.

É como voto.

Desembargador NEY COSTA ALCÂNTARA DE OLIVEIRA

Relator