



JUSTIÇA ELEITORAL

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO RIO GRANDE DO SUL

RECURSO ELEITORAL (11548) - 0600035-21.2020.6.21.0161 - Porto Alegre - RIO GRANDE DO SUL

RELATOR: GUSTAVO ALBERTO GASTAL DIEFENTHALER

RECORRENTE: NELSON MARCHEZAN JUNIOR

Advogados do(a) RECORRENTE: MATEUS HENRIQUE DE CARVALHO - RS78524, ELAINE

HARZHEIM MACEDO - RS0007249, CARLA HARZHEIM MACEDO - RS0079717, ROGER

FISCHER - RS0093914, FRANCIELI DE CAMPOS - RS0075275

RECORRIDO: JOSE ALBERTO REUS FORTUNATI

Advogados do(a) RECORRIDO: THIAGO OBERDAN DE GOES - RS0094660, VINICIUS

POLANEZYK - RS0056956

RECURSO. ELEIÇÕES 2020. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL. INTERNET. FATO E AUTORIA. INCONTROVERSOS. CNPJ DO RESPONSÁVEL. IMPULSIONAMENTO DE CONTEÚDO NEGATIVO. INFRAÇÃO. ART. 57-C, § 3º, DA LEI N. 9.504/97. SANÇÃO PECUNIÁRIA. PATAMAR MÍNIMO. NÃO REINCIDENTE. PARCIAL PROVIMENTO.

1. Recurso em face de decisão que julgou improcedente a representação relativa à divulgação e impulsionamento de propaganda eleitoral em desacordo com a lei eleitoral. Vídeo com edição de momentos de um debate entre os candidatos ao cargo de prefeito ocorrido em rede de televisão.

2. Nítido que houve o pagamento, à rede social Facebook, para a disseminação do conteúdo, o que torna a propaganda eleitoral impulsionada, nos termos do art. 29, *caput*, da Resolução TSE n. 23.610/19. Possibilidade de aferição, por quem quer que seja, dos dados do responsável pelo referido pagamento ao Facebook. As normas de regência, notadamente o § 5º do mesmo art. 29 da Resolução TSE n. 23.610/19, indica que “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”. Os detalhes da contratação dão conta dos valores e do potencial alcance da propaganda



eleitoral, bem como o CNPJ e as demais informações sobre o anunciante, de modo que não há como entender pelo acolhimento das razões de recurso, no ponto.

3. A propaganda paga (impulsionada) na internet obedece a parâmetros próprios, decorrentes de expressas regras legais, que visam sobretudo a não transportar, para o campo virtual, os conhecidos desequilíbrios ocorridos em eleições daquela quadra histórica analógica, época em que eram permitidos showmícios, brindes, etc., em que o poder econômico sufocava o debate de ideias. O art. 57-C, § 3º, impõe, sob pena de multa, que o candidato, partido ou coligação, ao impulsionar conteúdo, limite-se a fazer referências à própria candidatura. Da visualização do conteúdo vinculado, não há como concluir que o recorrido tenha, unicamente, promovido ou beneficiado a própria candidatura, pois presente citações ao candidato adversário e menção a circunstâncias de sua gestão. Aplicação de multa.

4. Provimento parcial.

ACÓRDÃO

Vistos, etc.

ACORDAM os juízes do Tribunal Regional Eleitoral, em sessão realizada na sala de videoconferência, por unanimidade, ouvida a Procuradoria Regional Eleitoral, dar parcial provimento ao recurso, para aplicar pena de multa no valor de R\$ 5.000,00 a JOSÉ ALBERTO REUS FORTUNATI, por prática de propaganda eleitoral irregular, conforme o art. 57-C, §§ 2º e 3º, da Lei n. 9.504/97.

Sala de Sessões do Tribunal Regional Eleitoral.

Porto Alegre, 04/11/2020.

DES. ELEITORAL GUSTAVO ALBERTO GASTAL DIEFENTHALER

RELATOR



RELATÓRIO

Cuida-se de recurso interposto por NELSON MARCHEZAN JÚNIOR, candidato a prefeito de Porto Alegre, em face de decisão do Juízo Eleitoral da 161ª Zona Eleitoral, que julgou improcedente a representação movida contra JOSÉ ALBERTO REUS FORTUNATI, candidato adversário no pleito de 2020 (ID 8485083).

Em suas razões (ID 8486033), sustenta que o recorrido divulgou e impulsionou propaganda eleitoral em desacordo à lei eleitoral, e recorre da prática de dois alegados ilícitos: (1) impulsionamento de propaganda negativa e (2) ausência de identificação e CNPJ do responsável pela propaganda. Requer o provimento do recurso para a reforma da sentença e julgamento de procedência da representação, com imposição de multa.

Sem as contrarrazões, subiram os autos para a presente instância.

Com vista dos autos, a Procuradoria Regional Eleitoral opinou pelo conhecimento e provimento do recurso (ID 8812633).

É o relatório.

VOTO

O recurso é tempestivo e, preenchidos os demais pressupostos, está a merecer conhecimento.

No mérito, o recurso limita a controvérsia à prática de propaganda eleitoral na internet, em desacordo às normas de regência, notadamente porque, conforme o recorrente, com a veiculação do vídeo, houve (1) impulsionamento de propaganda negativa e (2) divulgação de propaganda eleitoral sem identificação e CNPJ do responsável.

Inicialmente, gizo que houve, de parte do representante, a indicação da URL pela qual foram veiculadas as publicações, atendendo-se ao disposto no art. 17, inc. III, e § 2º, da Resolução TSE n. 23.608/19. Ademais, a autoria é certa e incontroversa, pois reconhecidos pelo recorrido por ocasião da contestação – ainda que, intimado para apresentar contrarrazões, não tenha aproveitado a oportunidade.

A propaganda eleitoral em testilha se trata, em resumo, de um vídeo cujo conteúdo é uma edição de momentos de um debate entre os candidatos ao cargo de Prefeito de Porto Alegre, ocorrido em rede de televisão.

À análise.



1. Impulsionamento, ausência do CNPJ e da identificação do responsável.

Muito embora, ainda no primeiro grau, a parte recorrida não tenha esclarecido se praticou o impulsionamento do vídeo denominado “Melhores momentos debate Band”, resta nítido, tanto pelas provas trazidas aos autos, pelo recorrente, quanto pelas diligências realizadas pela Procuradoria Regional Eleitoral, que houve o pagamento, à rede social Facebook, para a disseminação do conteúdo, o que torna a propaganda eleitoral impulsionada, nos termos do art. 29, *caput*, da Resolução TSE n. 23.610/19.

Ora, a URL informada leva à rede social Facebook, a qual indica o patrocínio realizado, não sendo possível entender que o conteúdo seja oriundo de outra rede social, e apenas indiretamente disseminada no Facebook.

O segundo ponto é a possibilidade de aferição, por quem quer que seja, dos dados do responsável pelo referido pagamento ao Facebook. As normas de regência, notadamente o § 5º do mesmo art. 29 da Resolução TSE n. 23.610/19, indica que *“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”*.

Como indicado no parecer ministerial, o Facebook disponibiliza, a todos os usuários, a ferramenta denominada “Biblioteca de Anúncios”, que viabiliza a busca de conteúdos patrocinados – ou seja, com impulsionamento pago.

E os detalhes da contratação, trazida no parecer, dão conta dos valores e do potencial alcance da propaganda eleitoral, bem como o CNPJ e as demais informações sobre o anunciante (ID 8812633, pp. 7 e 8), de modo que não há como entender pelo acolhimento das razões de recurso, no ponto.

2. Dos limites de conteúdo da propaganda eleitoral impulsionada.

Aqui, adiante, é que o recurso está a merecer provimento.

A propaganda paga (impulsionada) na internet obedece a parâmetros próprios, decorrentes de expressas regras legais, que visam sobretudo a não transportar, para o campo virtual, os conhecidos desequilíbrios ocorridos em eleições daquela quadra histórica analógica, época em que eram permitidos showmícios, brindes, etc., em que o poder econômico sufocava o debate de ideias.

Aqui, o quadro geral é ditado pelo art. 57-C da Lei n. 9.504/97:

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.

§ 1º É vedada, ainda que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral na internet, em sítios:



I - de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos;

II - oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

§ 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.

§ 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.

Ocorre que, da visualização do conteúdo vinculado, não há como concluir que o recorrido tenha, unicamente, promovido ou beneficiado a própria candidatura. Dito de outro modo, não foi somente propositivo, mas sim indicou, citou, candidato adversário – o recorrente, atual Prefeito de Porto Alegre, e circunstâncias de sua gestão – fato aliás incontroverso, pois admitido ainda perante o Juízo sentenciante.

Note-se: nem se está aqui a valorar os termos, expressões utilizadas em referência ao adversário, pois tal análise é despicienda. Não é necessário, no caso posto, aquele já tradicional sopesamento que os magistrados eleitorais realizam, no relativo ao grau de crítica política e à fronteira com a ofensa pessoal. Não se investiga a veracidade ou inveracidade da afirmação, com vistas à taxação de “sabidamente inverídica”. Não, pois a autorização de impulsionamento ocorre “*apenas com o fim de promover ou beneficiar candidatos ou suas agremiações*”.

Portanto, o que o art. 57-C, § 3º, impõe, sob pena de multa, é que o candidato, partido ou coligação, ao impulsionar conteúdo, limite-se a fazer referências à própria candidatura. Nessa linha, precedente do E. Tribunal Superior Eleitoral:

AGRAVO REGIMENTAL. ELEIÇÕES 2018. REPRESENTAÇÃO ELEITORAL. CANDIDATO A DEPUTADO FEDERAL. IMPULSIONAMENTO DE CONTEÚDO. REDE SOCIAL. TEOR NEGATIVO. INFRAÇÃO. ART. 57-C DA LEI 9.504/97. DECISÃO REGIONAL. PROCEDÊNCIA. AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. PRESSUPOSTOS ESPECÍFICOS. NÃO ATENDIMENTO. REEXAME DE FATOS E PROVAS. IMPOSSIBILIDADE.

1. "Não cabe a aplicação do princípio da fungibilidade para receber recurso como recurso especial se inexistem os requisitos específicos previstos no art. 276, inciso I, alíneas a e b, do Código Eleitoral, quais sejam: a demonstração de dissenso jurisprudencial entre dois ou mais tribunais eleitorais ou a violação expressa à Constituição ou à lei federal" (AgR-AI 114-95, rel. Min. Gilmar Mendes, DJE de 28.5.2015).

2. A Corte de origem reconheceu a realização de propaganda eleitoral em rede social, por impulsionamento negativo, em desacordo ao § 3º do art. 57-C da Lei 9.504/97, julgando procedente representação eleitoral, com a imposição de multa a candidato ao cargo de deputado federal.

3. Conforme preconiza o § 3º do art. 57-C da Lei 9.504/97, o impulsionamento de conteúdo tem o escopo exclusivo de promover ou beneficiar candidatos ou suas



agregiações, já tendo o Tribunal assentado, nas Eleições de 2018, a impossibilidade de contratação desse serviço para tecer críticas a adversários (RP 0601596–34, rel. Min. Sérgio Banhos, PSESS em 27.11.2018).

4. Tratando-se de modalidade excepcional de propaganda no âmbito da internet e segundo as premissas da decisão regional, a propaganda não teve o condão apenas de discutir a questão alusiva à formação de coligações, mediante promoção de ideia ínsita à campanha, tanto que fez uso de nomes de candidatos e de legenda, o que arrima a conclusão da decisão regional quanto ao indevido conteúdo ofensivo do impulsionamento.

5. Além do desvirtuamento em si da finalidade específica do impulsionamento, para se reconhecer que não teriam sido difundidos fatos inverídicos ou ofensivos, seria exigível novo exame do contexto fático-probatório, vedado nesta instância especial, a teor do verbete sumular 24 desta Corte Superior.

Agravo regimental a que se nega provimento.

(AI - Agravo Regimental em Agravo de Instrumento n. 060290349 - RECIFE – PE. Acórdão de 20.8.2019. Relator Min. Sergio Silveira Banhos. DJE 20.9.2019.) (Grifei.)

E é razoável assim seja: o impulsionamento, convenhamos, cria um espaço comercial, ainda que virtual. Aquele espaço é comprado – circunstância que já impõe cuidados no que diz respeito à concorrência eleitoral, e deve ser utilizada unicamente para que sejam indicadas as próprias qualidades, sem referência alguma aos adversários.

Por tal fundamento, sem sequer adentrar no exame do conteúdo das referências feitas, pelo recorrido ao recorrente, é que entendo que o recurso merece parcial provimento, para aplicar a pena de multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), patamar mínimo conforme o art. 57-C, § 2º, da Lei n. 9.504/97, a JOSÉ ALBERTO REUS FORTUNATI, tendo em vista que a propaganda eleitoral veiculada desobedeceu ao art. 57-C, § 3º, da Lei n. 9.504/97, e não havendo notícia de que se trate de reincidência.

Diante do exposto, **VOTO** pelo **parcial provimento** do recurso, para aplicar pena de multa no valor de R\$ 5.000,00 a JOSÉ ALBERTO REUS FORTUNATI, por prática de propaganda eleitoral irregular, conforme o art. 57-C, §§ 2º e 3º, da Lei n. 9.504/97.

