



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

**EXCELENTÍSSIMO(A) SENHOR(A) JUIZ(A) ELEITORAL RELATOR(A),
EGRÉGIO TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO RIO GRANDE DO SUL**

Recurso Eleitoral n.º 235-64.2012.6.21.0159

Relator: DR. ARTUR DOS SANTOS E ALMEIDA

Assunto: RECURSO ELEITORAL – REPRESENTAÇÃO – PROPAGANDA
POLÍTICA – PROPAGANDA ELEITORAL – BEM PARTICULAR –
PINTURA EM MURO – INOBSERVÂNCIA DO LIMITE LEGAL – PEDIDO
DE APLICAÇÃO DE MULTA

Recorrentes: CLÁUDIO RENATO GUIMARÃES DA SILVA
COLIGAÇÃO AVANÇA PORTO ALEGRE (PDT – PP – PRB)
MINISTÉRIO PÚBLICO ELEITORAL

Recorridos: CLÁUDIO RENATO GUIMARÃES DA SILVA
COLIGAÇÃO AVANÇA PORTO ALEGRE (PDT – PP – PRB)
MINISTÉRIO PÚBLICO ELEITORAL

PARECER

**RECURSO ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL
IRREGULAR. MATÉRIA DE ORDEM PÚBLICA. BEM PARTICULAR. PINTURA
EM MURO. TAMANHO SUPERIOR A 4 M². EFEITO OUTDOOR
CONFIGURADO PELO EXPRESSIVO IMPACTO VISUAL. APLICAÇÃO DE
Multa APESAR DA RETIRADA DA PROPAGANDA A SER APLICADA DE
FORMA INDIVIDUALIZADA.**

1. As fotografias que instruem a inicial evidenciam que no presente caso resta configurada veiculação de propaganda irregular por meio de outdoor, considerando-se o efeito e o impacto visual gerados pelas pinturas no mesmo muro, incorrendo os representados em vedação expressa do Art. 39, § 8º da Lei 9.504/97, sujeitando-se à sanção pecuniária prevista no Art. 17 da Resolução 23.370/11, a ser aplicada de forma individualizada. ***Parecer pelo desprovemento do recurso dos representados e provimento do recurso do Ministério Público Eleitoral, bem como pela aplicação de multa de forma individualizada para cada representado.***

I – RELATÓRIO

Os autos veiculam recursos eleitorais interpostos por CLÁUDIO RENATO GUIMARÃES DA SILVA, COLIGAÇÃO AVANÇA PORTO ALEGRE (PDT – PP – PRB) e pelo MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL contra sentença (fls. 39/40), que julgou procedente a representação para condenar os representados, solidariamente, ao pagamento de multa fixada no valor de R\$ 8.000,00 (oito mil reais), por terem realizado propaganda eleitoral irregular.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Em suas razões de recurso (fls. 44/48), o candidato CLÁUDIO RENATO GUIMARÃES DA SILVA sustenta que não tinha conhecimento da propaganda irregular, negando a autoria da mesma. Afirmar que o prévio conhecimento da propaganda só é demonstrado quando o representado, intimado da propaganda irregular, não providencia a sua regularização. Requer que seja julgada improcedente a representação.

A COLIGAÇÃO AVANÇA PORTO ALEGRE interpôs recurso às fls. 50/54, alegando não haver comprovação nos autos de que os representados tenham realizado a pintura irregular, a qual foi removida após recebida a notificação, bem como não ter sido realizada nenhuma medição nas referidas pinturas.

O MINISTÉRIO PÚBLICO ELEITORAL recorreu às fls. 55/60 por entender que a multa aplicável ao caso é aquela prevista no art. 39, §8 da Lei 9.504/97.

Foram apresentadas contrarrazões às fls. 65/68, 70/74 e 75/77.

Após, vieram os autos com vista a Procuradoria Regional Eleitoral.

II – FUNDAMENTAÇÃO

II.1.1 Tempestividade

Preliminarmente, são tempestivos os recursos apresentados.

O prazo para a interposição do recurso é de 24 horas, conforme previsão do artigo 33 da Res. TSE n.º 23.367/2011¹.

A sentença foi publicada em cartório no dia 16.10.2012, às 17h (fl. 41), e os representados interpuseram seus recursos no dia 17.10.2012, às 15h38min (fl.43), e 17.10.2012, às 16h34min (fl.49), ou seja, dentro do prazo prescrito pela Lei Eleitoral.

¹Art. 33. *Contra a sentença proferida por Juiz Eleitoral é cabível recurso eleitoral para o respectivo Tribunal Regional Eleitoral, no prazo de 24 horas da publicação em cartório, assegurado à parte recorrida o oferecimento de contrarrazões, em igual prazo, a contar da sua notificação, ressalvadas as hipóteses previstas no art. 31 desta resolução.*



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Também respeitou o prazo o recurso do Ministério Público, já que foi intimado da sentença em 17.10.2012, às 16h (fl.42), interpondo seu recurso em 18.10.2012, às 15h48min (fl.55).

II.I.II Propaganda Eleitoral – Matéria de Ordem Pública

Primeiramente, é importante salientar que a legislação eleitoral preocupa-se com a hígida forma de escolha dos representantes políticos, a partir da manifestação dos titulares da soberania estatal, isto é, do povo. Sendo assim, torna-se inevitável que a interpretação da legislação eleitoral convirja para a prevalência do interesse público.

Portanto, a propaganda eleitoral é matéria de ordem pública, devendo, assim, ser conhecida de ofício pelo Tribunal, a fim de garantir a igualdade entre os candidatos no pleito:

PROPAGANDA ELEITORAL. INFRINGENCIA DO ART. 66 DA LEI N. 9.100/95 E DO ART. 15 DA RESOLUCAO N. 19.100/96. PRELIMINAR DE DEFEITO DA REPRESENTACAO FORMULADA PELO PROPRIO RELATOR E REJEITADA POR SER A PROPAGANDA ELEITORAL MATERIA DE ORDEM PUBLICA E A SER CONHECIDA, DE OFICIO, PELA JUSTICA ELEITORAL. RECURSO DESPROVIDO. DECISAO UNANIME. (RECURSO ORDINARIO ELEITORAL nº 96014709, Acórdão nº 96014709 de 24/09/1996, Relator(a) LUIZ NIVARDO C. DE MELO, Publicação: DJ - Diário de Justiça, Data 23/10/1996, Página 76) (grifado)

Dessa forma, independentemente de irresignação, o Tribunal deve analisar todas as questões relativas à propaganda eleitoral constantes dos autos.

II.II Mérito

No *mérito*, é dizer que o Ministério Público Eleitoral ajuizou representação com pedido de condenação de CLÁUDIO JANTA e a COLIGAÇÃO AVANÇA PORTO ALEGRE na sanção prevista no art. 39, § 8º, da Lei n.º 9.504/97. Sustenta a exordial que o candidato representado realizou propaganda eleitoral irregular nos seguintes moldes:

“Consoante apurado pelo Ministério Público, nos autos em anexo (RD .



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

00839.00082/2012), os representados CLÁUDIO JANTA e a coligação AVANÇA PORTO ALEGRE veicularam propaganda eleitoral irregular, consistente na pintura, em sete locais distintos, do muro do imóvel situado na Av. Saturnino de Brito, nº882, muro este que faz testada com a Av. Ipê e a Av. Dos Prazeres, Vila Jardim, nesta cidade, contendo o nome do candidato e o número com o qual será identificado na urna eletrônica, bem como o cargo a que disputa e a coligação a que pertence, todos com medida acima do limite legal de 4m², em justaposição, caracterizando, assim, verdadeiro outdoor, em razão de seu expressivo impacto visual."

A partir do conjunto probatório trazido aos autos (fotografias às fls. 11/12 e relatório de verificação às fls. 15/21), restou incontroverso que houve a veiculação de propaganda eleitoral de forma irregular através de pinturas em muro, com dimensões superiores a 4m², na qual consta o nome e o número de urna do candidato e partido.

Tal fato caracteriza a utilização de propaganda eleitoral sem observância das normas correspondentes. Com efeito, nos termos do art. 11 da Resolução TSE nº 23.370/12, a propaganda por meio de placas/pinturas deve respeitar o limite de 4m², *verbis*:

"Art. 11. Em bens particulares, independe de obtenção de licença municipal e de autorização da Justiça Eleitoral a veiculação de propaganda eleitoral por meio da fixação de faixas, placas, cartazes, pinturas ou inscrições, desde que não excedam a 4m² e não contrariem a legislação eleitoral, sujeitando-se o infrator às penalidades previstas no § 1º do artigo anterior."

Nestas situações, relativas a pinturas, placas, faixas ou cartazes que contêm mensagem com conteúdos eleitorais, os tribunais têm assentado a necessidade de coibir - independentemente da retirada - aquelas que oferecem apelo visual semelhante ao impacto causado pelos *outdoors*, cuja veiculação está vedada em lei.

Assinala-se que as circunstâncias e as peculiaridades do caso concreto, especialmente por tratar de propaganda de forte impacto visual, veiculada em espaço privilegiado, avenidas com grande circulação de pessoas, revelam a impossibilidade de os representados não terem prévio conhecimento da propaganda, ainda mais considerando ser estratégia de promoção da candidatura que os beneficia diretamente.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Em face disso, pelo fato de veicularem em um mesmo muro, várias pinturas do candidato, duas inclusive dispostas em forma de L, totalizando 8,96m² conforme observa-se da fotografia à fl.18, proporcionando que sejam observadas de forma conjunta, oferecem impacto visual equivalentes a outdoor.

Saliente-se que conforme informou o secretário de diligências em seu relatório (fl. 15), todas as pinturas estão acima do limite legal, saliente-se ainda que para configurar a irregularidade é fundamental que o conjunto de pinturas provoque o impacto visual semelhantes ao de um *outdoor*, como ocorre na hipótese dos autos, pois a cor escolhida pelo candidato destaca-se no muro, atraindo o olhar para todas as pinturas do candidato que estão no mesmo muro, sendo assim conformam-se ao efeito visual de *outdoor*, devido ao impacto que causam ao observador.

Nessa perspectiva insere-se entendimento jurisprudencial:

RECURSO ESPECIAL. PROPAGANDA ELEITORAL. PLACAS JUSTAPOSTAS. IMPACTO VISUAL. EFEITO DE OUTDOOR. INCIDÊNCIA DA MULTA AINDA QUE RETIRADA A PUBLICIDADE IRREGULAR. ART. 37, § 1º, DA LEINº 9.504/97. NÃO APLICAÇÃO AO CASO. FUNDAMENTO INATACADO. DESPROVIMENTO.

1. É inviável o agravo que não ataca todos os fundamentos da decisão que pretende modificar. Súmula nº 182/STJ.

2. A diretriz jurisprudencial desta Corte é no sentido de que a justaposição de placas cuja dimensão exceda o limite de 4m² caracteriza propaganda irregular por meio de outdoor, em razão do efeito visual único, não encontrando respaldo o argumento de que a irregularidade somente estaria configurada caso cada publicidade tivesse, individualmente, superado a extensão legalmente permitida.

3. Agravo regimental desprovido.

(Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº 589956, Acórdão de 29/09/2011, Relator(a) Min. MARCELO HENRIQUES RIBEIRO DE OLIVEIRA, Publicação: DJE - Diário da Justiça Eletrônico, Data 25/10/2011, Página 52) (grifamos)



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

“Propaganda eleitoral irregular. Outdoor. Bem público. 1. Para fins de configuração de outdoor, a que se refere o art. 39, § 8º, da Lei nº 9.504/97, não é exigido que a propaganda eleitoral tenha sido veiculada por meio de peça publicitária explorada comercialmente, bastando que o engenho ou o artefato, dadas suas características e/ou impacto visual, se equipare a outdoor. 2. A veiculação de propaganda eleitoral mediante outdoor enseja a incidência do art. 39, § 8º, da Lei das Eleições, mesmo que seja fixada em bem público, tendo em vista a natureza dessa propaganda, de impacto inegavelmente maior e cuja utilização implica evidente desequilíbrio dos candidatos no exercício da propaganda. (...) (TSE. Recurso Especial Eleitoral nº 264105, Rel. Min. ARNALDO VERSIANI LEITE SOARES, DJE 27/5/2011 – grifou-se)

Ressalta-se que a propaganda irregular qualificada como *outdoor* não tem como pressuposto absoluto o tamanho superior a 4m², sendo suficiente para a Legislação Eleitoral o amplo poder de comunicação que dela se extrai.

Nesse sentido, coloca-se a jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral:

*“Representação. Pintura em veículo. Dimensões que somadas ultrapassam o limite regulamentar. 1. Para rever o entendimento da Corte de origem, a qual assentou que as pinturas, visualizadas conjuntamente, extrapolaram o limite permitido de 4m² e configuraram propaganda eleitoral irregular, seria necessário o revolvimento do conjunto fático-probatório, o que não é possível na via eleita, a teor da Súmula nº 279 do egrégio Supremo Tribunal Federal. 2. **A limitação imposta pela Justiça Eleitoral deve levar em conta não apenas a dimensão, mas sim o impacto visual da propaganda, evitando assim a burla ao limite regulamentar e, via de consequência, à proibição do outdoor.** Agravo regimental a que se nega provimento.” (TSE. Agravo Regimental em Agravo de Instrumento nº 10838, Acórdão de 26/11/2009, Relator(a) Min. ARNALDO VERSIANI LEITE SOARES, Publicação: DJE - Diário da Justiça Eletrônico, Volume -, Tomo 030, Data 11/02/2010, Página 15) (original sem grifos)*

Desse modo, resta demonstrada infração ao disposto no art. 39, § 8 da Lei 9.504/97, sujeitando a Coligação e o candidato Cláudio Janta ao pagamento da multa conforme o art. 17 da Resolução TSE 23.370/2011 que assim prevê:



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Art. 17. É vedada a propaganda eleitoral por meio de outdoors, independentemente de sua destinação ou exploração comercial, sujeitando-se a empresa responsável, os partidos, as coligações e os candidatos à imediata retirada da propaganda irregular e ao pagamento de multa no valor de R\$ 5.320,50 (cinco mil trezentos e vinte reais e cinquenta centavos) a R\$ 15.961,50 (quinze mil novecentos e sessenta e um reais e cinquenta centavos)

Ainda, de rigor a aplicação de multa mesmo que a propaganda irregular tenha sido retirada.

A respeito, destaca-se o escólio de José Jairo Gomes²:

“Multa – conforme visto, pelo artigo 37, § 1º, da LE, a propaganda eleitoral realizada em bem público sujeito o infrator à restauração do bem e, caso não cumprida no prazo fixado, à multa. A interpretação gramatical dessa regra sugere que a multa só incidiria se fosse descumprida a determinação judicial de restauração do bem. Isso, porém, não se aplica à propaganda irregular realizada em bem particular, que é regida pelo artigo 37, § 2º, da mesma norma. Aqui, o infrator fica sujeito cumulativamente à retirada da propaganda e à multa. De sorte que a multa incide ainda que a propaganda seja suprimida. Nesse sentido, tem o TSE afirmado que, uma vez ‘configurada a ilicitude da propaganda eleitoral em bem do domínio privado, a imediata retirada da propaganda e a imposição de multa são medidas que se operam por força da norma de regência’ (TSE – AgRgAI 9.522/SP – Dje 10/02/2009, p.51).” (original sem grifos)

Neste eixo, colhem-se os seguintes precedentes:

“Representação. Propaganda eleitoral irregular. Cartaz fixado em artefato assemelhado a outdoor. 1. Se a propaganda, ainda que inferior a quatro metros quadrados, foi afixada em anteparo assemelhado a outdoor, é de se reconhecer a propaganda eleitoral irregular vedada pelo § 8º do art. 39 da Lei nº 9.504/97, em face do respectivo impacto visual. 2. Para afastar a conclusão da Corte de origem, de que a propaganda foi fixada em bem particular - e não em bem público -, seria necessário o reexame de fatos e provas, vedado nesta instância especial. 3. Por se tratar de propaganda em bem particular, não se aplica a regra do § 1º do art. 37 da Lei nº 9.504/97, que estabelece a não incidência de multa ante a retirada de propaganda veiculada especificamente em bem público. Agravo regimental a que se nega provimento.” (TSE. Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº 35362, Acórdão de 29/04/2010, Relator(a) Min. ARNALDO VERSIANI LEITE SOARES, Publicação: DJE - Diário da Justiça Eletrônico, Data 24/05/2010, Página 57) (original sem grifos)

²GOMES, José Jairo. Direito Eleitoral. 6ª ed. Belo Horizonte: Del Rey, 2011. p. 339.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Portanto, resta inequívoco que no caso de propaganda irregular em bem particular, ao contrário dos bens públicos, o infrator fica sujeito tanto à retirada da propaganda, como à condenação ao pagamento da multa, ainda que a propaganda já tenha sido removida.

À vista destas considerações, impõe-se a reforma da sentença para aplicar a sanção decorrente da violação ao art. 39, §8º da Lei 9.504/97, devendo a multa ainda ser aplicada de forma individualizada pois, como bem sustentou a Exma. Desembargadora Elaine Harzheim Macedo, no RE 364-64, “a responsabilidade solidária dos partidos e candidatos não pode ser confundida com imputação solidária da multa, porquanto a finalidade da primeira é a de impor aos partidos o dever de fiscalização das ações dos seus candidatos, fazendo-os partícipes conjuntos e equivalentes de todo o processo eleitoral”.

O pressuposto fático que determina a responsabilidade solidária do partido pela realização da propaganda eleitoral, conforme dispõe o art. 241 do Código Eleitoral³, em relação aos seus candidatos, é o seu dever de fiscalização, **regra que objetiva assegurar o cumprimento da legislação eleitoral**, como se infere do precedente que segue:

Propaganda eleitoral irregular. Placas. Comitê de candidato. Bem particular. Retirada.

- 1. A retirada de propaganda em bem particular, que ultrapassa a dimensão de 4m², não afasta a aplicação da multa e não enseja a perda superveniente do interesse de agir do autor da representação.*
- 2. Conforme jurisprudência consolidada no Tribunal, as regras atinentes à propaganda eleitoral aplicam-se aos comitês de partidos, coligações e candidatos.*
- 3. A permissão estabelecida no art. 244, I, do Código Eleitoral - no que se refere à designação do nome do partido em sua sede ou dependência - não pode ser invocada para afastar proibições contidas na Lei nº 9.504/97.*
- 4. Nos termos do art. 241 do Código Eleitoral, os partidos políticos respondem solidariamente pelos excessos praticados por seus candidatos e adeptos no que tange à propaganda eleitoral, regra que objetiva assegurar o cumprimento da legislação eleitoral, obrigando as agremiações a fiscalizar seus candidatos e filiados.*

³Art. 241. Toda propaganda eleitoral será realizada sob a responsabilidade dos partidos e por eles paga, imputando-lhes solidariedade nos excessos praticados pelos seus candidatos e adeptos.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Agravo regimental não provido.

(Agravo Regimental em Agravo de Instrumento nº 385447, Acórdão de 22/02/2011, Relator(a) Min. ARNALDO VERSIANI LEITE SOARES, Publicação: DJE - Diário da Justiça Eletrônico, Data 10/05/2011, Página 44)

Nessa forma de responsabilização, pouco importa o prévio conhecimento da agremiação partidária, pois o dever de fiscalização que incumbe a ela é objetivo. Neste sentido, segue precedente:

Representação. Pinturas em muro. Propaganda eleitoral irregular. Bem particular. Infringência ao regramento estabelecido no § 2º do artigo 37 da Lei n. 9.504/97.

Preliminares afastadas. Legitimidade ativa do Ministério Público Eleitoral para propor reclamações e representações relativas ao descumprimento da Lei Eleitoral. A responsabilidade solidária, tanto da coligação, como da agremiação partidária, independe da caracterização de seu prévio conhecimento e decorre do dever de vigilância imposto pelo artigo 241 do Código Eleitoral.

Aplicação de sanção pecuniária, mesmo após a reparação do bem, em razão de sua natureza privada. Comprovada a extrapolação da dimensão-limite fixada na norma de regência. Procedência.

(Representação nº 4797, Acórdão de 13/07/2011, Relator(a) DES. GASPARD MARQUES BATISTA, Publicação: DEJERS - Diário de Justiça Eletrônico do TRE-RS, Tomo 122, Data 15/07/2011, Página 2)

Não se pode olvidar que a coligação/agremiação partidária é beneficiária de toda propaganda realizada pelos seus simpatizantes. Além disso, a coligação não trouxe qualquer demonstrativo aos autos no sentido de que atua ou possui mecanismos internos tendentes a controlar e coibir a prática de propaganda eleitoral irregular por parte de seus candidatos, o que, em tese, poderia afastar a responsabilização objetiva a ela imposta, no que concerne à realização da propaganda eleitoral, nos termos do artigo 241 do Código Eleitoral.

Salienta-se, a sanção pecuniária visa a coibir o não cumprimento da norma e a divisão da pena entre os responsáveis pelo ilícito pode incentivar novas práticas ilícitas, na medida em que o valor fracionado torna a pena de multa irrisória e a regra da solidariedade acaba por servir para mitigar o dever de respeito à legislação eleitoral. Bem ao contrário, pois a razão de ser da solidariedade partidária, no que diz respeito à propaganda eleitoral, é a **garantia do dever de observância das normas eleitorais**.

Nesse sentido tem convergido as cortes eleitorais:



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

*ELEIÇÕES 2006. Agravo regimental no agravo de instrumento. Representação. Prática de propaganda eleitoral antecipada em programa partidário. Aplicação de multa. Possibilidade. Sanção aplicada individualmente a cada um dos réus. Violação ao princípio da proporcionalidade. Ausência de prequestionamento. Vedação ao reexame de fatos e provas na via especial. Incidência da Súmula no 279 do STF. Dissídio jurisprudencial não demonstrado. Agravo regimental a que se nega provimento. É possível a aplicação da multa prevista no art. 36, § 3º, da Lei nº 9.504/97, quando comprovada a prática de propaganda eleitoral extemporânea em espaço reservado à divulgação dos partidos. **Existindo mais de um responsável pela propaganda irregular, a pena de multa deve ser aplicada individualmente, e não de forma solidária.** Questões não debatidas no acórdão do Tribunal Regional são incognoscíveis em sede de recurso especial. É inadmissível recurso especial para reexame de matéria fática. A ausência de similitude entre os fatos do acórdão recorrido e do julgado apontado como paradigma não autoriza o conhecimento do dissídio jurisprudencial. (AGRAVO REGIMENTAL EM AGRAVO DE INSTRUMENTO nº 7826, Acórdão de 02/06/2009, Relator(a) Min. JOAQUIM BENEDITO BARBOSA GOMES, Publicação: DJE - Diário da Justiça Eletrônico, Tomo 118, Data 24/6/2009, Página 52/53)*

Recurso. Propaganda eleitoral extemporânea. Eleições 2012. Procedência da representação no juízo originário. Aplicação de penalidade ao pagamento de multa, com base no disposto no artigo 36, § 3º, da Lei das Eleições. Publicação de informativo com alegada divulgação de prestação de contas das atividades parlamentares.

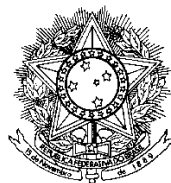
Insustentabilidade da tese de promoção pessoal, ante a presença de elementos subliminares apontando para a finalidade eleitoral da divulgação. Inequivoco o objetivo da mensagem, ainda que de forma dissimulada, em enaltecer as qualidades do recorrente como detentor de mandato e potencial candidato à reeleição. Publicação fora do prazo permitido na legislação de regência. Caracterizada a infração que a norma procura coibir, tornando desequilibrada a contenda em relação aos demais concorrentes e violando a regularidade da campanha eleitoral.

A responsabilidade solidária do partido por atos de propaganda exsurge do dever de vigilância imposto pelo artigo 241 do Código Eleitoral e do indevido benefício auferido pela agremiação com a exposição da imagem de seu futuro candidato.

Provimento negado.

(Recurso Eleitoral nº 5374, Acórdão de 26/07/2012, Relator(a) DESA. FEDERAL MARIA LÚCIA LUZ LEIRIA, Publicação: DEJERS - Diário de Justiça Eletrônico do TRE-RS, Tomo 136, Data 30/07/2012, Página 3) (grifou-se).

Em suma, 1) seja porque a responsabilidade do partido, no caso



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

em tela, decorre não apenas do seu dever objetivo de fiscalização, mas também da sua participação no ato de propaganda eleitoral, haja vista que não demonstrou qualquer mecanismo interno de controle da propaganda eleitoral realizada por seus candidatos e adeptos; 2) seja porque a agremiação partidária/coligação se beneficiou da propaganda praticada de forma irregular; 3) seja porque a solidariedade deve ser interpretada como garantia da legislação eleitoral; a sanção imposta deve ser individualizada, imputando-se multa de acordo com os patamares legais a cada um dos representados.

Este é, também, o entendimento da doutrina, conforme Luiz Márcio Pereira e Rodrigo Molinaro⁴:

Se forem vários os agentes que realizaram a divulgação, todos serão solidariamente responsáveis. Anote-se que a solidariedade, neste contexto, não apresenta a mesma acepção dada pelo Direito Civil, que faz pesar sobre os codevedores a obrigação em sua inteireza (CC, art. 275). Aqui, a solidariedade se traduz na responsabilização de todos os agentes, inclusive do partido político, nos termos do art. 241 do Código Eleitoral. Mas a multa será individualizada: a sanção é aplicada de forma autônoma e integral para cada um. (grifou-se).

Por conseguinte, não merecem provimento os recursos dos representados, devendo ser mantida a responsabilização deles pela propaganda irregular e a condenação ao pagamento de multa eleitoral de forma individualizada.

No que concerne à multa que deve incidir no caso, prospera o entendimento do órgão ministerial a *quo* de que é aquela contida no art. 39, §8 da Lei 9.504/97, a ser aplicada no seu limite máximo, considerando-se ser esta a 25ª representação procedente contra Cláudio Janta, e de forma individualizada para cada representado.

⁴PEREIRA, Luiz Márcio. MOLINARO, Rodrigo. Propaganda Política: Questões práticas relevantes e temas controvertidos da propaganda eleitoral. Rio de Janeiro: Renovar, 2012. p. 94



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

III – CONCLUSÃO

Em face do exposto, opina o Ministério Público Eleitoral pelo desprovisionamento dos recursos dos representados e pelo provimento do recurso do Ministério Público, devendo ser aplicada a multa por infração ao art. 39, §8º da Lei Eleitoral e de forma individualizada para cada representado.

Porto Alegre, 12 de novembro de 2012.

MARCELO VEIGA BECKHAUSEN
Procurador Regional Eleitoral Substituto

C:\Arquivos de programas\Apache Software
Foundation\Apache2.2\htdocs\sistemas\conversor_pdf\tmp\g4pbgo7hd41k2j5j5ufh_23564_2012_147_12111317460
1.odt