



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

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

Recurso Eleitoral n.º 310-66.2012.6.21.0042

Procedência: SANTA ROSA-RS (42ª ZONA ELEITORAL – SANTA ROSA)

Relator: DESA. ELAINE HARZHEIM MACEDO

Assunto: RECURSO ELEITORAL – REPRESENTAÇÃO – PROPAGANDA POLÍTICA –
PROPAGANDA ELEITORAL – INTERNET – PEDIDO DE APLICAÇÃO DE MULTA

Recorrentes: MARIJAQUE REFORMAS LTDA
JAQUELINE DA CHAGA VIEIRA
MARILENE DA CHAGA MENDES
PAULO SÉRGIO PAIM MENDES
COLIGAÇÃO PRA FRENTE SANTA ROSA (PT – PDT – PTB – PV – PPL – PCdoB –
PRB)

Recorrido: MINISTÉRIO PÚBLICO ELEITORAL

PARECER

RECURSO ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR. INTERNET. PROPAGANDA EM PÁGINA DE PESSOA JURÍDICA. VIOLAÇÃO AO ART. 57-C, § 1º, I. PRÉVIO CONHECIMENTO DO BENEFICIÁRIO COMPROVADO. APLICAÇÃO DE MULTA 1. Hipótese na qual o conteúdo foi veiculado na rede social *Facebook* em página de pessoa jurídica configurando propaganda vedada pelo art. 57-C, § 1º, I da Lei das Eleições. **2.** Consideradas as circunstâncias e peculiaridades do caso, resulta lícita a presunção de prévio conhecimento do beneficiário, na forma do artigo 40-B, parágrafo único, da Lei n.º 9.504/97. ***Parecer pelo desprovemento dos recursos.***

I – RELATÓRIO

Os autos veiculam recursos eleitorais interpostos por MARIJAQUE REFORMAS LTDA, JAQUELINE DA CHAGA VIEIRA, MARILENE DA CHAGA MENDES PAULO CESAR PAIM MENDES e COLIGAÇÃO PRA FRENTE SANTA ROSA contra sentença (fls. 67-69), que julgou procedente a representação eleitoral por propaganda irregular, consistente em veiculação de propaganda eleitoral, na página de pessoa jurídica, na rede social *facebook*.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Em suas razões de recurso (fls. 73-75), os recorrentes sustentam que não veicularam propaganda eleitoral em sítio eletrônico de pessoa jurídica. Alegam que a página em questão é de uso pessoal da Sra. Marilene Chagas Mendes e que sua empresa, Marijane Reformas Ltda (Restaura Jeans Santa Rosa), não possui qualquer página na internet. Referem que a iniciativa de promover a propaganda partiu exclusivamente da Sra. Marilene, que não possui conhecimento sobre a lei eleitoral. Referem, ainda, que o candidato beneficiado não tinha conhecimento do fato. Dessa forma, requerem a não aplicação de multa, ou que seja aplicada somente com relação à representada Sra. Marilene.

A COLIGAÇÃO PRA FRENTE SANTA ROSA em suas razões recursais (fls. 77-79), alegou que não pode ser penalizada, tendo em vista que não concorreu para a prática da propaganda irregular. Outrossim, registrou que desconhecia a ocorrência de tais propagandas, bem como não obteve benefício com a situação.

Após as contrarrazões (fls. 81-84), os autos foram remetidos ao Egrégio TRE/RS e, em seguida, com vista à Procuradoria Regional Eleitoral.

II – FUNDAMENTAÇÃO

Inicialmente, os autos devem retornar à secretaria a fim de que proceda-se a correta identificação da recorrente, devendo constar MARIJAQUE REFORMAS LTDA conforme informado na fl. 21.

II.I – Da tempestividade

São **tempestivos** os recursos.

Os recorrentes foram intimados com a publicação da sentença no Diário Eletrônico da Justiça Eleitoral do RS, em 28/11/2012 (fl. 70) e interpuseram os recursos em 29/11/2012 (fls. 72 e 76), ou seja, dentro do prazo de 24 horas, previsto no artigo 33 da Res. TSE n.º 23.367/2011¹.

Logo, merecem ser conhecidos os recursos.

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

II.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.III Mérito

No **mérito**, as irresignações não merecem prosperar.

A partir do conjunto probatório trazido com inicial da presente representação, especialmente da tela de computador impressa de fl. 09, restou incontroversa a veiculação de propaganda eleitoral do candidato PAULO SÉRGIO PAIM MENDES, em afronta ao art. 57-C, § 1º, I da Lei n.º 9.504/97², mediante anúncio na rede social denominada *Facebook*, veiculado na página de pessoa jurídica (Restaura Jeans Santa Rosa), com o seguinte teor:

“Restaura Santa Rosa

²Art. 57-C. Na internet, é vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga
§ 1º É vedada, ainda que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral na internet, em
sítios:

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



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

*Oi Ana! Fico grata por você durante todos esses anos confiar nos serviços da **Restaura Jeans**. Mas nessa semana, que é de grandes decisões, peço para confiar mais uma vez em mim. Peço o teu voto para o Paulo Paim, 65123. Como amiga, conto com o teu apoio! Desde já, obrigada. Beijos Mari” (grifou-se)*

Na mensagem veiculada, a Sra. Marilene, através da página da pessoa jurídica da qual é sócia majoritária (fls. 15 e 21), contata a cliente Sra. Ana Paula Mantay, fazendo pedido de voto para seu esposo, o candidato Paulo Paim. Observa-se que na mensagem constam menções expressas à pessoa jurídica: no título do anúncio (Restaura Santa Rosa), e no corpo da mensagem (Restaura Jeans), além de constar o logotipo oficial da empresa (fl. 09).

Assim, não merece prosperar a alegação de tratar-se de página de uso pessoal da representada Marilene, restando presente a prova da irregularidade da propaganda, porquanto postada em espaço de uso de pessoa jurídica.

No mesmo sentido, a alegação de desconhecimento da lei eleitoral por parte da representada Marilene não pode prosperar, pois o art. 3º da lei de introdução ao código civil³ estabelece o princípio de que ninguém pode alegar o desconhecimento da lei para se escusar de cumpri-la. De fato, a vida em sociedade não seria possível se as pessoas pudessem alegar o desconhecimento da lei para se escusar de cumpri-la. Daí o surgimento da ficção jurídica de que todos devem conhecer a lei.

Dessa forma, impõe-se avaliar a demonstração do prévio conhecimento dos beneficiários, já que, conforme nos informa Zilio⁴, “a responsabilidade de quem divulga a propaganda irregular é presumida e prescinde de prova do prévio conhecimento, o qual somente é exigido para o beneficiário da publicidade (candidato, partido ou coligação)”.

O prévio conhecimento dos beneficiários, nos termos exigidos pelo art. 40-B, parágrafo único, da Lei 9.504/97 resta bem caracterizado no caso em apreço, pois as diligências efetuadas pelo juízo constataram que a Sra. Marilene é esposa do candidato Paulo Cesar Paim Mendes (fl.10).

A respeito, colhe-se dos fundamentos da sentença (fl. 22):

³Art.3º Ninguém se escusa de cumprir a lei, alegando que não a conhece.

⁴ZILIO, Rodrigo López. *Direito eleitoral: noções preliminares, elegibilidade e inelegibilidade, processo eleitoral (da convenção à prestação de contas), ações eleitorais*. 3ª ed. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2012. p.362.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

“Veja-se que a representada Marilene, a qual veiculou a propaganda ilegal através da pessoa jurídica demandada, era adepta à candidatura do representado e cônjuge Paulo Paim. Este, sendo candidato, restou beneficiado pela propaganda efetivada pela empresa representada, de propriedade da sua esposa. No mesmo norte, é patente a responsabilidade solidária da Coligação “Pra Frente Santa Rosa”, devendo responder pelos excessos cometidos pelos respectivos candidatos”

Com efeito, o art. 40-B da Lei das Eleições exige que a representação por propaganda irregular seja instruída com a prova da autoria ou do prévio conhecimento do beneficiário, caso este não seja por ela responsável. Trata-se da consagração do **princípio da responsabilização subjetiva**, reiterado pelo TSE na Resolução n.º 23.370/2011, em seu art. 74, *caput*, válido também para a propaganda na *internet*.

Segundo lição de Rodrigo López Zilio⁵, *“a regra do prévio conhecimento, para a responsabilização do beneficiário da propaganda, visa a impedir a responsabilidade objetiva”, de forma que “somente cogita-se sancionar alguém como beneficiário de determinada propaganda irregular, quando houver prova mínima de sua participação ou anuência ao ilícito”.*

A este respeito, vale lembrar ainda a revogação da Súmula 17 do TSE, cuja dicção era a seguinte: *“Não é admissível a presunção de que o candidato, por ser beneficiário de propaganda eleitoral, tenha prévio conhecimento de sua veiculação.”*

Com o advento do § único do 40-B passou o ordenamento eleitoral a admitir a presunção do prévio conhecimento do beneficiário *“se as circunstâncias e peculiaridades do caso específico revelarem a impossibilidade do beneficiário não ter tido conhecimento.”* Leia-se o mencionado dispositivo, *verbis*:

“Art. 40-B. A representação relativa à propaganda irregular deve ser instruída com prova da autoria ou do prévio conhecimento do

⁵ZILIO, Rodrigo López. *Direito eleitoral: noções preliminares, elegibilidade e inelegibilidade, processo eleitoral (da convenção à prestação de contas), ações eleitorais*. 3ª ed. Porto Alegre: Verbo Jurídico, 2012. p.298.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

beneficiário, caso este não seja por ela responsável.

Parágrafo único. A responsabilidade do candidato estará demonstrada se este, intimado da existência da propaganda irregular, não providenciar, no prazo de quarenta e oito horas, sua retirada ou regularização e, ainda, se as circunstâncias e as peculiaridades do caso específico revelarem a impossibilidade de o beneficiário não ter tido conhecimento da propaganda.” (original sem grifos)

Deste modo, parece razoável presumir o prévio conhecimento do beneficiário diante das circunstâncias e peculiaridades do caso, porquanto se trata de propaganda realizada na *internet*, de iniciativa da esposa do candidato, resultando em contrassenso, a presunção em sentido contrário, ou seja, de que o próprio beneficiário (candidato) não tivesse conhecimento da propaganda realizada por sua esposa.

Assim, longe de tratar-se de responsabilidade objetiva, o caso está a exigir a leitura atenta das circunstâncias presentes, sendo lícito avistar conformada a presunção do prévio conhecimento do beneficiário, na forma do parágrafo único do art. 40-B da Lei das Eleições.

De igual modo, a Coligação também deve ser responsabilizada, pois o art. 241 do Código Eleitoral prevê a responsabilidade dos partidos ou coligações nos excessos praticados por seus candidatos e adeptos. Essa responsabilidade, obriga as coligações ou partidos a orientarem seus candidatos quanto ao cumprimento da legislação eleitoral e das regras sobre a propaganda.

Este entendimento é reforçado pela jurisprudência:

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.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

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

Por este motivo, a coligação também deve ser responsabilizada.

Aplicação de multa de forma individualizada

Por fim, agiu corretamente a magistrada ao aplicar a multa de modo individualizado para os representados, 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 Eleitoral⁶, 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.

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.***

⁶Art. 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)

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:

*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



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

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.

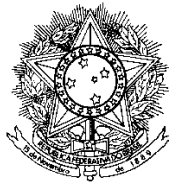
(Recurso Eleitoral nº 5374, Acórdão de 26/07/2012, Relator(a) DESA. FEDERAL MARIA LÚCIA LUZ LEIRIA, Publicação: DEJERS - Diário de Justiça Eletrônico do TRE-RS, Tomo 136, Data 30/07/2012, Página 3)(grifou-se).

Em suma, 1) seja porque a responsabilidade do partido, no caso 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 Molinaro⁷:

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).

⁷PEREIRA, 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

Portanto, fixa-se o entendimento de que a sentença deve ser mantida, aplicando-se aos representados multas de forma individualizada.

III – CONCLUSÃO

Em face do exposto, opina o Ministério Público Eleitoral pelo conhecimento e desprovimento dos recursos.

Porto Alegre, 17 de dezembro de 2012 .

MARCELO VEIGA BECKHAUSEN
Procurador Regional Eleitoral Substituto

C:\Arquivos de programas\Apache Software
Foundation\Apache2.2\htdocs\sistemas\conversor_pdf\tmplasgk1cel57uvdv3vs7_31066_2012_147_121219182135.odt