



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

**EXCELENTÍSSIMA SENHORA JUÍZA ELEITORAL, EGRÉGIO
TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO RIO GRANDE DO SUL**

Recurso Eleitoral n.º 245-45.2012.6.21.0086

Relator: Desa. Elaine Harzheim Macedo

Procedência: Sarandi - RS (83ª Zona Eleitoral – Sarandi)

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

Recorrentes: COLIGAÇÃO FRENTE POPULAR (PDT – PMDB – PC do B)

Recorrido: COLIGAÇÃO FRENTE UNIDA POR SARANDI (PP – PTB – PSC – PSB – PR – DEM – PV – PSDB – PSL – PPS – PV – PRB – PT)
PAULO RONALDO VICCARI KASPER
VOLMIR GRANDO

PARECER

RECURSO ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR. PUBLICIDADE EM VEÍCULO QUE GERA O EFEITO DE *OUTDOOR*. 1. Propaganda eleitoral divulgada através de plotagens em caminhão, extrapolando o limite de 4m² estabelecido pelo §2º, art. 37 da Lei 9.504/97, com efeito visual correspondente a *outdoor*. 2. O art. 17 da Resolução TSE nº 23.370/12 e o art. 39, § 8º da Lei 9.504/97 vedam a veiculação de propaganda eleitoral através de outdoor. ***Parecer pelo provimento do recurso eleitoral.***

I – RELATÓRIO

Os autos veiculam recurso eleitoral interposto pela COLIGAÇÃO FRENTE POPULAR contra sentença (fls. 25/26) proferida pelo Juízo Eleitoral da 83ª Zona Eleitoral que julgou improcedente a representação, sob o argumento de



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

que as propagandas fixadas individualmente não excedem o limite de 4m², não ocorrendo, portanto, o efeito visual de *outdoor*.

Em suas razões de recurso (fls.3031), os representantes alegam que a propaganda eleitoral deve ser considerada em sua totalidade, pois se somadas excedem os 4m² previstos na legislação eleitoral. Por fim, requer seja julgada procedente a representação, com a condenação dos representados ao pagamento de multa eleitoral.

Com as contrarrazões (fls. 53/54), vieram os autos com vista a Procuradoria Regional Eleitoral (fl. 56).

II – FUNDAMENTAÇÃO

Preliminarmente, é tempestiva a irrisignação dos recorrentes.

A sentença foi publicada no dia 05/10/2012 (fl. 27v), e o recurso foi apresentado no dia 05/10/2012 (fl. 30), ou seja, no prazo de 24 horas previsto no artigo 33 da Res. TSE n.º 23.367/2011¹.

No *mérito*, merece guarida o recurso interposto.

Partindo-se da análise dos elementos probatórios trazidos aos autos (fotografias de fls. 09/09), bem como da diligência promovida pelo Oficial de Justiça (fls. 21/23) restou incontroverso que os representados fixaram adesivos em veículo automotor que, considerados em conjunto, superam o limite legal de 4m², caracterizando o efeito visual de “outdoor”.

A legislação eleitoral é clara no sentido de vedar a veiculação de propaganda eleitoral mediante “outdoors”, *in verbis*:

Art. 39. A realização de qualquer ato de propaganda partidária ou eleitoral, em recinto aberto ou fechado, não depende de licença da polícia.
(...)

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

*§ 8º - É vedada a propaganda eleitoral mediante **outdoors**, sujeitando-se a empresa responsável, os partidos, coligações e candidatos à imediata retirada da propaganda irregular e ao pagamento de multa no valor de 5.000 (cinco mil) a 15.000 (quinze mil) UFIRs.*

Como informado pelo Oficial de Justiça (fls. 21/24), a propaganda eleitoral fixada no veículo automotor mede, na lateral esquerda, 3,92m²; na lateral direita 3,90m²; na parte traseira 2,61m² e, na parte da frente, 0,5m². Assim, considerando cada lado individualmente, de fato, a propaganda não excede ao limite legal.

Ocorre que a publicidade eleitoral em veículo automotor caracteriza-se por ser tridimensional, pois encontra-se em constante movimento, de modo que os eleitores conseguem visualizar mais de um lado do automóvel ao mesmo tempo.

Além disso, observa-se que, embora as propagandas individualmente consideradas pudessem estar dentro dos padrões exigidos pela lei, o somatório das medidas excede em muito o tamanho de 4m². Assinala-se que tais propagandas irregulares em veículos automotor possuem efeito visual mais chamativo, atraindo a atenção do eleitor, de modo que equiparam-se a *outdoor*, o que é vedado legislação eleitoral.

Dessa forma, para fins de aferição da metragem da propaganda eleitoral fixada em automóveis, devem ser considerados os lados do veículo em sua totalidade e não individualmente.

A publicidade em tela gera um efeito visual correspondente ao da propaganda feita com utilização de *outdoor*, o que conforma o emprego de propaganda eleitoral irregular. Salienta-se que o emprego de *outdoor* é vedado pelo artigo 39, § 8º, da Lei das Eleições, c/c o artigo 18 da Resolução TSE n.º 23.191/2009, conforme se examina a seguir.

*“§ 8º - É vedada a propaganda eleitoral mediante **outdoors**, sujeitando-se a empresa responsável, os partidos, coligações e candidatos à imediata retirada da propaganda irregular e ao pagamento de multa no valor de 5.000 (cinco mil) a 15.000 (quinze mil) UFIRs.”*



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

A norma se encontra reproduzida no art. 18 da Resolução do TSE n.º 23.191/2009:

"Art. 18. É vedada a propaganda eleitoral por meio de outdoors, 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).

Ressalte-se que o Tribunal Superior Eleitoral, nas Res. n.ºs 21.610/2004 e 22.158/2006, vinha considerando *outdoor* qualquer engenho publicitário explorado comercialmente, conceito que deixava clara a inexistência de dimensões para sua caracterização. Entretanto, desde as Eleições Municipais de 2008, não há mais tal referência.

Tal entendimento, ainda nas eleições de 2008, evoluiu no Eg. TSE no sentido de considerar irregular a propaganda por meio de faixas, placas, cartazes, pinturas ou inscrições cujas dimensões excedessem a 4m². A noção encontra-se agora fixado no art. 37, § 2º, da Lei das Eleições, com a redação dada pela Lei n.º 12.034/2009.

Como já referido, no caso em apreço, a publicidade eleitoral impugnada ultrapassa tais limites.

O Egrégio TSE já teve oportunidade de assentar que o uso de veículos de grande porte contendo propaganda de candidato, com dimensão superior a 4m², possui efeito visual de *outdoor*, caracterizando ofensa ao art. 39, § 8º, da Lei n.º 9.504/97. A propósito, leia-se o precedente:

*"ELEIÇÕES 2008. Agravo regimental em agravo de instrumento. Propaganda eleitoral. Placa afixada em fachada de comitê de campanha de candidato. Dimensão superior a 4m². Configuração de outdoor. Orientação jurisprudencial firmada para as eleições de 2008. **2. Veículos de grande porte contendo propaganda de candidato. Efeito visual de outdoor. Caracterização de ofensa ao art. 39, § 8º da Lei nº 9.504/97. Precedentes do TSE.** 3. Juízo de admissibilidade. Exame de mérito. Ausência. Usurpação. Competência. Agravo regimental a que se nega provimento*



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

O precedente inaugurado no acórdão no 27.696, de 04.12.2007, rel. min. Marcelo Ribeiro, esclareceu que o posicionamento adotado até as eleições de 2006 permitia a fixação de placa com dimensão superior a quatro metros quadrados em comitê de candidato. No entanto, deixou claro que estava revendo esse entendimento para as eleições de 2008, "de modo a que não seja admitida a fixação, em comitê de candidato, de placa com dimensão superior a quatro metros quadrados".

A propaganda afixada em veículos de grande porte, com tamanho superior ao permitido (4m²), possui o efeito visual de outdoor, caracterizando ofensa ao art. 39, § 8º, da Lei nº 9.504/97. Precedentes.

A fundamentação do juízo de admissibilidade do recurso especial não implica invasão de competência da Corte ad quem.

Fundamentos da decisão monocrática não infirmados. Mera reiteração das razões recursais no agravo regimental.

(AgR-AI nº 10305, Sumaré/SP, Acórdão de 23/06/2009, Relator Min. Joaquim Benedito Barbosa Gomes, DJE 02/09/2009)

O TRE-RS também já decidiu neste mesmo sentido, conforme colaciono:

"Recurso. Propaganda eleitoral. Bem particular. Caminhonete (Kombi). Pintura ou adesivo. Ultrapassagem da dimensão-limite. Ilegitimidade passiva da coligação recorrida (art. 6º da Lei 9.504/97).

Impacto visual ostensivo da divulgação. Caracterizado o uso de outdoor, com infração ao disposto no art. 17 da Res. TSE 22.718/08.

Conhecimento prévio evidenciado pela circunstância de o bem pertencer ao beneficiário da propaganda.

Provimento parcial." (Original sem grifos)

(RECURSO - REPRESENTAÇÃO nº 192, Acórdão de 30/09/2008, Relator(a) DES. FEDERAL VILSON DARÓS, Publicação: PSESS - Publicado em Sessão, Data 30/09/2008)

E mesmo que tal fundamento não fosse suficiente, o que se admite apenas por hipótese, impende considerar que a propaganda descrita nos autos se amolda perfeitamente aos critérios objetivos fixados no art. 37, § 2º, da Lei das Eleições, que veda a propaganda em bem particular com dimensões superiores a 4m², de acordo com a alteração feita pela Lei n.º 12.034/09, *verbis*:

"§ 2º Em bens particulares, independe de obtenção de licença municipal e de autorização da Justiça Eleitoral a veiculação de propaganda



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

eleitoral por meio da fixação de faixas, placas, cartazes, pinturas ou inscrições, desde que não excedam a 4m² (quatro metros quadrados) e que não contrariem a legislação eleitoral, sujeitando-se o infrator às penalidades previstas no § 1º."

Portanto, resulta incontroverso que a publicidade afixada no veículo da representada constitui propaganda eleitoral que possui o efeito visual de *outdoor*, pois dotada de forte e imediato apelo visual e de maior potencial de divulgação do que se tratasse de um painel, placa ou mesmo *outdoor*, na medida em que, por circular irrestritamente em locais de intenso fluxo de pedestres e veículos, é visualizado por uma grande e indeterminável parcela do eleitorado, ferindo a igualdade de oportunidades entre os candidatos que concorrerão ao próximo pleito.

Desse modo, caracterizada a irregularidade da propaganda eleitoral, merece ser provido o recurso, a fim de que seja julgada procedente a representação, condenando os representados nas sanções do § 8º, do art. 39, da Lei das Eleições.

III – CONCLUSÃO

Em face do exposto, opina a Procuradoria Regional Eleitoral pelo provimento do recurso eleitoral.

Porto Alegre, 23 de Outubro de 2012.

FÁBIO BENTO ALVES
Procurador Regional Eleitoral