



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

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

Recurso Eleitoral nº 107-35.2016.6.21.0149

Procedência: IGREJINHA – RS (149ª ZONA ELEITORAL – IGREJINHA)

Assunto: RECURSO ELEITORAL – REPRESENTAÇÃO – PROPAGANDA POLÍTICA – PROPAGANDA ELEITORAL – INTERNET – REDE SOCIAL – LINK PATROCINADO - IMPROCEDENTE

Recorrente: PARTIDO PROGRESSISTA – PP DE IGREJINHA

Recorrido: PARTIDO DO MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO – PMDB DE IGREJINHA e PARTIDO TRABALHISTA BRASILEIRO – PTB DE IGREJINHA

Relator: DES. FEDERAL PAULO AFONSO BRUM VAZ

PARECER

RECURSO ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA EXTEMPORÂNEA. PRÉ-CAMPANHA. PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR. INTERNET. PROPAGANDA PAGA. 1) Consideram-se proibidas também no período da pré-campanha as vedações atinentes às propagandas durante a campanha eleitoral; **2)** Hipótese na qual restou configurada a veiculação de propaganda paga na rede social denominada *Facebook* – publicação patrocinada -, vedada pelo art. 57-C da Lei das Eleições, razão pela qual se impõe a aplicação da sanção de multa, nos termos do disposto no §2º do referido dispositivo. ***Parecer pelo provimento do recurso do representante. Ainda, requer seja determinado que o valor despendido com o ilícito impulsionamento da página da internet pelos partidos políticos representados deva ser declarado na prestação de contas do exercício 2016, mediante a identificação da origem da verba e comprovação documental da despesa.***

I – RELATÓRIO

Os autos veiculam recurso eleitoral interposto pelo PARTIDO PROGRESSISTA – PP de Igrejinha (fls. 60-64), em face da sentença (fls. 56-57) que julgou improcedente a representação proposta contra o PARTIDO DO MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO – PMDB e PARTIDO TRABALHISTA BRASILEIRO – PTB, ambos de Igrejinha, pela veiculação de propaganda de pré-



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

campanha eleitoral por meio de publicação patrocinada em rede social – *Facebook*-, o que é vedado nos termos do art. 57-C da Lei nº 9.504/97.

Em suas razões (fls. 60-64), o PARTIDO PROGRESSISTA - PP alega a ocorrência de divulgação de propaganda pelos partidos recorridos por meio de perfil patrocinado em sua página no *Facebook*, com infração ao disposto no art. 57-C, da Lei n. 9.504/97. Aduz que as vedações relacionadas à propaganda eleitoral também se aplicam ao período de pré-campanha, devendo ser observadas tanto na propaganda partidária quanto na eleitoral. Pede a reforma da sentença, a fim de que os recorridos sejam condenados à sanção pecuniária.

Com contrarrazões do PMDB e PTB (fls. 66-67), os autos foram remetidos ao Egrégio TRE/RS e, em seguida, vieram à Procuradoria Regional Eleitoral para análise e parecer (fl. 73).

II – FUNDAMENTAÇÃO

II.1 – DA TEMPESTIVIDADE

Embora o recurso tenha ultrapassado o prazo de 24h que teria a parte interessada para sua interposição, uma vez que a intimação da sentença por meio de afixação em Mural Eletrônico ocorreu em 24/08/2016, às 14h41min (fl. 59), enquanto o recurso foi interposto em 25/08/2016, às 14h47min, no entanto, o colendo TSE tem entendido possível a conversão desse prazo para um dia. Veja-se:

ELEIÇÕES 2014. RECURSO EM REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL. INTERNET. FAVORECIMENTO DE CANDIDATOS À PRESIDÊNCIA E VICE-PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. RESPONSABILIDADE. PRÉVIO CONHECIMENTO. NÃO DEMONSTRADOS. INCIDÊNCIA DA MULTA PREVISTA NO ART. 57-C, § 2º, DA LEI Nº 9.504/97. IMPOSSIBILIDADE. DESPROVIMENTO.

1. Segundo o entendimento deste Tribunal, o prazo de 24 horas a que alude o art. 96, § 8º, da Lei nº 9.504/97 pode ser convertido em um dia. Precedentes.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

2. Por não ter sido comprovada a responsabilidade, nem demonstrado o prévio conhecimento dos recorridos pelo conteúdo divulgado por meio de postagem de link em página de rede social (Facebook), não se aplica, in casu, a multa prevista no § 2º do art. 57-C da Lei nº 9.504/97.

3. Recurso a que se nega provimento.

(Recurso em Representação nº 180154, Acórdão de 03/03/2015, Relator(a) Min. MARIA THEREZA ROCHA DE ASSIS MOURA, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Tomo 57, Data 24/03/2015, Página 164/165)

Assim, o recurso deve ser conhecido.

II.II – MÉRITO

Compulsando-se os autos, principalmente diante da assunção da conduta pelos próprios representados, conclui-se que restou incontroversa a veiculação de propaganda irregular paga, através de publicações na rede social *Facebook*, na coluna “patrocinados”, caracterizando, portanto, violação ao disposto no art. 57-C da Lei nº 9.504/97 e no art. 23 da Resolução TSE nº 23.457/2015, *in verbis*:

Lei nº 9.504/97

Art. 57-C. **Na internet, é vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga.** (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)
(...)

§2º **A violação do disposto neste artigo sujeita o responsável pela divulgação da propaganda 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).** (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

Resolução TSE nº 23.457/15

Art. 23. **Na Internet é vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga** (Lei nº 9.504/1997, art. 57-C, caput).
(...)

§2º **A violação do disposto neste artigo sujeita o responsável pela divulgação da propaganda 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) (Lei**



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

nº 9.504/1997, art. 57-C, § 2º).

§3º A divulgação de propaganda e de mensagens relativas ao processo eleitoral, inclusive quando provenientes de eleitor, não pode ser impulsionada por mecanismos ou serviços que, mediante remuneração paga aos provedores de serviços, potencializem o alcance e a divulgação da informação para atingir usuários que, normalmente, não teriam acesso ao seu conteúdo.

Em face às recentes alterações trazidas pela Lei nº 13.165/2015, mais precisamente no art. 36-A da Lei nº 9.504/97, que possibilitou atos de pré-campanha, desde que não haja pedido explícito de voto, impõe-se destacar a necessidade de uma interpretação sistemática com o ordenamento jurídico, mais precisamente com a legislação eleitoral e os princípios constitucionais.

Dessa forma, **tendo em vista que a legislação eleitoral – acima mencionada - veda a veiculação de propaganda eleitoral paga via internet, esse mesmo entendimento deve ser aplicado para os atos de pré-campanha, por paralelismo, sob pena de se negar vigência à própria legislação eleitoral e, ainda, violar o princípio da isonomia entre os candidatos**, conforme vêm decidindo alguns Tribunais Regionais Eleitorais:

ELEIÇÕES 2016 - RECURSO - REPRESENTAÇÃO - PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA - ANO ELEITORAL - USO DE "OUTDOOR" FORA DO PERÍODO ELEITORAL PARA DIVULGAÇÃO DE ATOS PARLAMENTARES - LEI N. 9504/1997, ART. 36-A, IV, E ART. 39, § 8º - FORMA VEDADA.

As formas de propaganda vedadas durante o processo eleitoral também são vedadas no período da pré-campanha, mesmo que as mensagens veiculadas sejam permitidas pelo art. 36-A, e seus incisos, da Lei 9504/97, e submetem o pré-candidato às mesmas sanções previstas para os casos de infração às regras da propaganda eleitoral.

(TRE-SC - RECURSO CONTRA DECISÕES DE JUIZES ELEITORAIS nº 2975, Acórdão nº 31311 de 11/07/2016, Relator(a) HELIO DAVID VIEIRA FIGUEIRA DOS SANTOS, Publicação: DJE - Diário de JE, Tomo 121, Data 19/07/2016, Página 6) (grifado).

RECURSO ELEITORAL EM SEDE DE REPRESENTAÇÃO POR



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

DESCUMPRIMENTO A DISPOSITIVO DA LEI N.º 9.504/97. RITO DO ART. 96 DA REFERIDA LEI. PRAZOS PROCESSUAIS ESPECÍFICOS. ALEGAÇÃO DE REALIZAÇÃO DE PROPAGANDA ELEITORAL EXTEMPORÂNEA, CONSUBSTANCIADA NA AFIXAÇÃO DE ADESIVOS EM VEÍCULOS E APARIÇÃO DA CANDIDATA EM OUTDOORS. ALEGAÇÃO DE PARTICIPAÇÃO DA RECORRIDA EM ENTREVISTA À RÁDIO COMUNITÁRIA REVELANDO-SE FUTURA CANDIDATA AO PLEITO MUNICIPAL. (...). PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. LEI 13.165/2015. ATOS DE PRÉ-CAMPANHA. OUTDOOR. IMPOSSIBILIDADE. INTERPRETAÇÃO SISTEMÁTICA. PROVIMENTO DO RECURSO. 1. A LEI 13.165/2015 CRIOU UMA NOVA ESPÉCIE DO GÊNERO "PROPAGANDA" NO DIREITO ELEITORAL, POIS ALÉM DAS PROPAGANDAS PARTIDÁRIA; INTRAPARTIDÁRIA; ANTECIPADA (AGORA COM PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTOS) E ELEITORAL, FOI CRIADA A FIGURA DOS "ATOS DE PRÉ-CAMPANHA ELEITORAL". 2. **A PARTIR DE UMA INTERPRETAÇÃO SISTEMÁTICA DA LEI NOVA, NÃO SE PODE ADMITIR ATOS DE PRÉ-CAMPANHA POR MEIOS DE PUBLICIDADE VEDADOS PELA LEGISLAÇÃO NO PERÍODO PERMITIDO DA PROPAGANDA ELEITORAL, OU SEJA, TAIS ATOS DEVEM SEGUIR AS REGRAS DA PROPAGANDA, COM A VEDAÇÃO ADICIONAL DE PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTOS.** 3. A RESPONSABILIDADE PELA PUBLICIDADE SERÁ DEMONSTRADA SE AS CIRCUNSTÂNCIAS E PECULIARIDADE DO CASO CONCRETO DEMONSTRAREM A IMPOSSIBILIDADE DE O BENEFICIÁRIO NÃO TER CONHECIMENTO DA PROPAGANDA (ART. 40-B, PARÁGRAFO ÚNICO DA LEI 9.504/97). 4. REALIZAÇÃO DE ATO DE PRÉ-CAMPANHA EM MEIO PROIBIDO PELA LEGISLAÇÃO ELEITORAL, QUAL SEJA, OUTDOOR, DEVENDO SER APLICADA A MULTA PREVISTA NO ART. 36, §3º, DA LEI 9.504/97. 5. MULTA APLICADA EM SEU VALOR MÍNIMO. 6. VOTO PELO PROVIMENTO DA PRETENSÃO RECURSAL.
(TRE-PE - Recurso Eleitoral nº 396, Acórdão de 08/04/2016, Relator PAULO VICTOR VASCONCELOS DE ALMEIDA, Publicação: DJE - Diário de Justiça Eletrônico, Tomo 71, Data 14/04/2016, Página 3/4).

Ademais, importante ressaltar que **em recente decisão – 19/07/2016-**, o TRE/PE entendeu que a publicação de atos de pré-campanha mediante veiculação patrocinada em rede social configura propaganda extemporânea:

RECURSO ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO. Propaganda Política. Propaganda Eleitoral. Internet. Propaganda Política. Propaganda Eleitoral. Extemporânea/Antecipada. PROCEDÊNCIA.

1. Ao analisar uma conduta discutida como propaganda eleitoral extemporânea, a Corte Regional não pode analisar a publicidade de forma isolada, mas deve valer-se de todo o conjunto probatório,



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

todas as circunstâncias, todo o contexto político do município, o alcance, meio e modo da divulgação.

2. A utilização de técnicas de marketing, como anúncio patrocinado no Facebook, mais do que divulgar a propaganda, agiu de forma a desenvolver certa intimidade entre a pré-candidata e o público eleitor, não pelo debate político, mas com o propósito de deixar registrado seu nome na mente do eleitor e incutir a ideia de aptidão o para sufragar o voto, sobretudo quando foi utilizado em ano eleitoral.

3. A utilização de recursos de marketing, de recursos propagandísticos, de mera estratégia de publicidade, mecanismos sub-reptícios de convencimento, que atuam no inconsciente coletivo, tendentes a induzir o eleitor a votar, acaba por se afastar dos atos permissivos do art. 36-A da Lei 9504/97, cujos objetivos é estimular o debate político em igualdade de condições.

4. A restrição no que concerne à propaganda extemporânea não pode ser vista considerando apenas o texto da lei, mas também as proibições implícitas que visam à coibir, por exemplo, o uso indevido dos meios de comunicação social, a arrecadação de recursos voltados à promoção do candidato fora do período eleitoral legal, abuso de poder econômico e político, dentre outras condutas abusivas mascaradas de atos despretensiosos.

5. Na ausência de legislação específica para impedir atos como o ora debatido, a solução se encontra na ponderação entre os princípios da igualdade/paridade de armas e o princípio da liberdade de propaganda, e daí se conclui que só há que se falar em liberdade em conjunto com a igualdade de oportunidades.

6. Desprovisionamento da pretensão recursal.

(Recurso Eleitoral nº 814, Acórdão de 19/07/2016, Relator ALBERTO NOGUEIRA VIRGÍNIO, Publicação: DJE - Diário de Justiça Eletrônico, Tomo 149, Data 25/07/2016, Página 8-9) (grifado).

Ademais, é cediço que somente após a realização de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica – CNPJ e da abertura de conta bancária, nos termos dos arts. 22 e 22-A da Lei nº 9.504/97, ficam os candidatos e partidos autorizados a promover a arrecadação de recursos financeiros e a realizar despesas (art. 22-A, §2º, da Lei 9.504/97). Na mesma senda, confira-se o disposto no art. 3º, incisos II e III, da Res. TSE 23.463, de 15 de dezembro de 2015¹, que

¹Art. 3º A arrecadação de recursos para campanha eleitoral de qualquer natureza por partidos políticos e candidatos deverá observar os seguintes pré-requisitos:

(...)

II - inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);

III - abertura de conta bancária específica destinada a registrar a movimentação financeira de campanha;



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

disciplina a arrecadação e os gastos de recursos por partidos e candidatos e sobre a prestação de contas nas eleições de 2016.

Logo, a *contrario sensu*, conclui-se que, antes da abertura da referida conta e da inscrição no CNPJ, é vedada a realização de gastos, inclusive com atos de pré-campanha, diante da impossibilidade de a Justiça Eleitoral fiscalizar a arrecadação de recursos financeiros e a realização de despesas.

No ponto, vale a transcrição de trecho do voto proferido pelo Exmo. Relator HÉLIO DAVID VIEIRA FIGUEIRA DOS SANTOS, nos autos do recurso nº 2975, acima ementado:

Outro aspecto que deve ser levado em consideração quando se fala em propaganda eleitoral é que este é um processo monitorado pela Justiça Eleitoral, já que, por princípio, a campanha eleitoral envolve despesas e está submetida a controle na prestação de contas, podendo os excessos configurar, inclusive, abuso de poder econômico. A pré-campanha, não: não há controle eleitoral sobre a pré-campanha, justamente porque supõe-se que esta seja, por essência, gratuita, proibida a realização de gastos financeiros nesta fase. A leitura das condutas permitidas previstas no art. 36-A, e seus incisos, permite concluir com segurança que nenhuma das atividades ali estabelecidas supõe propaganda onerosa. Naquelas atividades não só estão previstas ações espontâneas como a lei preocupou-se em garantir o tratamento igualitário a todos os pré-candidatos, quando se tratar de divulgação através de programas de rádio e TV. A permissão de gastos na pré-campanha fora de controle é um absurdo, na medida em que toda propaganda política está submetida a escrutínio dos demais partidos políticos e da Justiça Eleitoral. Não é, portanto, um princípio democrático e republicano realizar pré-campanha paga e a utilização de formas de propaganda política que estão banidas do período eleitoral. (grifos no original)

No caso dos autos, os representados divulgam página eletrônica junto à rede social em seu perfil no *Facebook* denominada “*igrejinha em Alerta – Construa conosco o futuro da nossa cidade*”, dirigida à comunidade com os dizeres “*Acompanhe nossa comunidade. Analise! Opine! PARTICIPE da CONSTRUÇÃO*”



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

DO FUTURO DE IGREJINHA”. Como se observa da cópia da mensagem acostada à fl. 8, resta indubitado que essa publicidade é patrocinada, fato que também não é refutado pelos representados em sua defesa, à fl. 24, na qual inclusive reconhecem que a página foi criada, quando de sua primeira postagem, em 23-06-2016. É possível observar, ainda, que a referida página recebeu 931 curtidas, à fl. 8. Portanto, embora não tenha sido informado o custo da publicidade, resta indubitado que, no caso, foi paga pelos partidos que figuram como seus beneficiários.

De outra parte, embora configurem atos de pré-campanha, autorizados pelo art. 36-A, da LE, a publicidade em foco têm o condão de afetar o Princípio da Isonomia entre partidos e candidatos, haja vista ser paga sua divulgação, o que lhe proporciona muito maior visibilidade junto aos eleitores, em benefício dos partidos responsáveis por sua divulgação.

Ademais, conforme entendimento pacificado no TSE e neste TRE, a “ferramenta denominada 'página patrocinada' do Facebook - na modalidade de propaganda eleitoral paga - desatende o disposto no art. 57-C da Lei nº 9.504/97 (...)”, e, por consequência, implica a fixação de pena de multa:

ELEIÇÕES 2014. ELEIÇÃO PRESIDENCIAL. REPRESENTAÇÃO. FACEBOOK. PÁGINA PATROCINADA. INTERNET. PROPAGANDA ELEITORAL PAGA. PROIBIÇÃO. ART. 57-C DA LEI Nº 9.504/97. CONSTITUCIONALIDADE. PROCEDÊNCIA. APLICAÇÃO DE MULTA. GRAU MÍNIMO.

I - As alegações iniciais relativas ao benefício e prévio conhecimento da propaganda eleitoral paga na internet atraem a legitimidade passiva dos candidatos, mas não são suficientes para a procedência da ação, especialmente quando o conhecimento não é demonstrado e o suposto benefício não pode ser individualizado na figura de apenas um dos dez adversários dos Representantes.

II - **O art. 57-C da Lei nº 9.504/97, no que proíbe propaganda eleitoral paga na internet, para evitar a interferência do poder econômico e a introdução de interesses comerciais no debate eleitoral, não viola o princípio constitucional da liberdade de expressão.**

III - **A ferramenta denominada "página patrocinada" do Facebook - na modalidade de propaganda eleitoral paga -**



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

desatende o disposto no art. 57-C da Lei nº 9.504/97, sendo, pois, proibida a sua utilização para divulgação de mensagens que contenham conotação eleitoral.

IV - Os eleitores são livres para expressar opinião sobre os candidatos na internet. Não podem, contudo, valer-se de mecanismos que, por meio de remuneração paga ao provedor de serviços, potencializam suas mensagens para atingir usuários que, normalmente, não teriam acesso ao pensamento.

V - **Representação julgada procedente em relação ao responsável pela propaganda eleitoral paga, para aplicação de multa em grau mínimo, equivalente a R\$ 5.000,00 (cinco mil reais).** (Representação nº 94675, Acórdão de 14/10/2014, Relator(a) Min. TARCISIO VIEIRA DE CARVALHO NETO, Publicação: PSESS - Publicado em Sessão, Data 14/10/2014) (grifado).

Recurso. Representação. Propaganda eleitoral paga na internet. Lei n. 9.504/97. Eleição 2014. Admissibilidade do recurso aferida pelo Tribunal Superior Eleitoral, em decisão monocrática, a qual adotou o entendimento de que o prazo de 24 horas, previsto no art. 96, § 8º, da Lei n. 9.504/97, pode ser convertido em um dia, a fim de reconhecer a tempestividade do recurso interposto até o encerramento do expediente cartorário do dia útil subsequente à publicação da decisão. Preliminares de ilegitimidade passiva ad causam e de cerceamento de defesa superadas. A coligação é parte legítima para responder pela propaganda ilícita de seus candidatos, sendo entidade jurídica detentora de todas as prerrogativas e obrigações de partido político no que se refere ao processo eleitoral. Aplicação do art. 6º, § 1º, da Lei n. 9.504/97 e do art. 241 do Código Eleitoral. O indeferimento de diligências, despiciendas à solução do processo, não importa em violação ao direito de defesa ou ofensa ao art. 5º, LV, da Constituição Federal.

Divulgação de candidatura, em link patrocinado no perfil do diretório municipal de agremiação, na rede social Facebook, contendo o nome da candidata, cargo, número e slogan de campanha. Afronta ao art. 57-C, caput, da Lei das Eleições, que expressamente veda a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet. Manutenção da multa aplicada no patamar mínimo. Provimento negado.

(Representação nº 138079, Acórdão de 03/11/2015, Relator(a) DRA. MARIA DE LOURDES GALVÃO BRACCINI DE GONZALEZ, Publicação: DEJERS - Diário de Justiça Eletrônico do TRE-RS, Tomo 202, Data 5/11/2015, Página 6) (grifado).

Portanto, o recurso interposto merece ser desprovido.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

II.II.III – Da necessidade de prestação de contas dos gastos ilicitamente realizados durante a pré-campanha pelos partidos representados

Destaca-se que diversas limitações previstas na legislação eleitoral visam a resguardar a isonomia do pleito e, principalmente, rejeitar a influência do poder econômico sobre ele, como, por exemplo, visualiza-se com a recente limitação de gastos em campanha – Resolução TSE nº 23.459/2015-, a vedação de doações advindas de pessoas jurídicas, das demais fontes vedadas e de origem não identificada.

Nesse sentido, é necessário que o Tribunal fixe a obrigação dos partidos de prestar contas de tal valor, no momento oportuno, mediante a identificação da origem da verba e comprovação documental da despesa, nos termos da Resolução TSE nº 23.463/15.

III – CONCLUSÃO

Em face do exposto, opina o Ministério Público Eleitoral pelo **provimento do recurso**. Ainda, requer seja determinado que o valor despendido com o ilícito impulsionamento da página da internet pelos partidos políticos representados deva ser declarado na prestação de contas do exercício 2016, mediante a identificação da origem da verba e comprovação documental da despesa.

Porto Alegre, 3 de setembro de 2016.

Luiz Carlos Weber
PROCURADOR REGIONAL ELEITORAL SUBSTITUTO

C:\conversor\tmp\uijec28ng7jil99k19o873653643352457610160903230030.odt