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

**Recurso Eleitoral n.º 285-78.2016.6.21.0150**

**Procedência:** CAPÃO DA CANOA – RS (150ª ZONA ELEITORAL – CAPÃO DA CANOA)

**Assunto:** RECURSO ELEITORAL - REPRESENTAÇÃO - PROPAGANDA POLÍTICA - PROPAGANDA ELEITORAL - INTERNET - LINK PATROCINADO - REDE SOCIAL - MULTA - PROCEDENTE

**Recorrente:** FREDERICO FERNANDES STEIMMETZ

**Recorrido:** MINISTÉRIO PÚBLICO ELEITORAL

**Relator(a):** DES. CARLOS CINI MARCHIONATTI

# PARECER

**RECURSO ELEITORAL. PROPAGANDA IRREGULAR. PROPAGANDA PAGA NA INTERNET. USO DE FERRAMENTA DE PATROCÍNIO NA REDE SOCIAL "FACEBOOK". ALEGAÇÃO DE AUSÊNCIA DE PRÉVIO CONHECIMENTO. CONJUNTO PROBATÓRIO QUE DEMONSTRA O CONTRÁRIO. ILÍCITO CONFIGURADO. MULTA CORRETAMENTE APLICADA.** ***1.*** Há nos autos elementos suficientes para concluir pela impossibilidade de ausência de conhecimento por parte do recorrente, uma vez que tem acesso ao nome de usuário e senha de acesso da suposta responsável pelo material pago. ***2.*** O uso de ferramentas de patrocínio em rede social configura propaganda eleitoral paga na internet, atraindo a sanção prevista no art. 57-C, § 2º, da Lei nº 9.504/97. ***Parecer pelo desprovimento do recurso.***

## I – RELATÓRIO

Os autos veiculam recurso eleitoral interposto por FREDERICO FERNANDES STEIMMETZ, em face da sentença (fls. 35-37) que julgou parcialmente procedente a representação proposta pelo Ministério Público Eleitoral, condenando-o ao pagamento de multa, no valor de R$ 5.000,00 (cinco mil reais), pela prática de propaganda eleitoral paga na internet, consistente em uma página patrocinada no sítio *Facebook*.

Em suas razões (fls. 42-44), o recorrente alega que a página foi criada sem sua autorização, não tendo sido o seu prévio conhecimento comprovado, o que seria ônus do *Parquet*. Requer a reforma da sentença, para julgar improcedente a representação.

Com contrarrazões (fls. 48-49v), os autos foram remetidos ao Egrégio TRE/RS e, em seguida, vieram à Procuradoria Regional Eleitoral para análise e parecer (fl. 51).

**II – FUNDAMENTAÇÃO**

**II.I – Preliminarmente**

**II.I.I – Tempestividade**

O recurso interposto é **tempestivo**, pois a sentença foi publicada no Diário Eletrônico da Justiça Eleitoral no dia 13/10/2016 (fls. 39-40), sendo o recurso interposto às 17h27min da mesma data (fl. 42), ou seja, restou respeitado o prazo de 24 horas previsto no art. 35 da Resolução TSE nº 23.462/2015.

Passa-se, então, à análise do mérito.

**II.II – Mérito**

A controvérsia reside na condenação do recorrente à sanção pecuniária, no valor de R$ 5.000,00 (cinco mil reais), pela prática de propaganda eleitoral paga na internet, consistente em uma página patrocinada, divulgando o nome e número do candidato representado.

Compulsando-se os autos, consoante documento à fl. 07, conclui-se que **restou incontroversa a veiculação de propaganda eleitoral paga, através de anúncio na rede social *Facebook*, veiculado 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) (grifado).

> **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 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**. (grifado).

Importante ressaltar que, **em recente decisão – 14/09/2016-, este TRE entendeu que a publicação de propaganda eleitoral, mediante a veiculação patrocinada em rede social, configura propaganda irregular**:

> Recurso. **Representação. Propaganda eleitoral paga na internet. Facebook. Art. 57-C da Lei n. 9.504/97. Eleições 2016**. **Propaganda eleitoral no Facebook, mediante a divulgação de link patrocinado em pré-campanha. O termo "patrocinado", localizado imediatamente abaixo do nome do pré-candidato, revela a contratação da publicidade, configurando modalidade de campanha eleitoral paga na internet, em afronta à regra insculpida no art. 23 da Resolução TSE n. 23.457/15**.
> **A ausência da data de postagem não impede seja a propaganda reconhecida como irregular pelo fato de ter sido contratado o serviço, o que vem potencializar o alcance e a sua divulgação**. Aplicação da regra da responsabilidade solidária entre partido político e candidato pelos excessos praticados na propaganda eleitoral, nos termos do art. 241 do Código Eleitoral.

> **Multa cominada de maneira individual ao candidato e à coligação, consoante art. 23, § 2º, da Resolução TSE n. 23.457/15**.
> Provimento.
> (TRE-RS, RE 50281, Acórdão de 14/09/2016, Relator: DES. CARLOS CINI MARCHIONETTI, Publicação: publicado na sessão do dia 14/09/2016) (grifado).

Da mesma forma vem entendendo a jurisprudência:

> 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, 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. Desprovimento 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).

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).

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 - 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).

Contudo, alega o recorrente que inexistem, nos autos, provas do conhecimento prévio da infração, circunstância obrigatória para a punição, conforme o art. 40-B, *caput* e parágrafo único, da Lei nº 9.504/97, que assim dispõem (grifados):

> Art. 40-B. A representação relativa à propaganda irregular **deve ser instruída com prova da autoria ou do prévio conhecimento do beneficiário, caso este não seja por ela responsável**. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)
>
> 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**. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

Afirma o representado que a responsável pela página patrocinada seria uma pessoa conhecida apenas como “Luana”, que teria criado o perfil sem seu conhecimento. Todavia, compulsando os autos, percebo que a alegação do recorrente de não conhecer a pessoa responsável pela página é inverídica. Isto porque, conforme imagens de tela por ele acostadas às fls. 22-24, **o candidato tem ciência do nome de usuário e senha de acesso da suposta administradora, tendo utilizado estas informações para suprimir o material impugnado**.

Nesse sentido, cumpre destacar a acertada fundamentação da sentença *a quo*:

> Não merece guarida a alegação do candidato ao pleito proporcional de que não foi o responsável pela criação da página na rede social, a qual teria sido criada sem o seu conhecimento por uma pessoa chamada “Luana”.
>
> Os documentos acostados às fls. 22-24 não evidenciam que a página tenha sido criada por "Luana", indicando tão somente que a captura da imagem da tela de consulta à página patrocinada foi realizada por intermédio do perfil da referida pessoa.
>
> Tendo o representado alegado que a página fora criada por “Luana”, deveria tê-la identificado e qualificado, eis que, certamente, a conhece muito bem.
>
> Tanto assim, que obteve a senha para acessar o referido perfil, capturar as imagens e, ainda, cumprir a determinação de retirada, uma vez que as postagens de propagandas políticas e própria página patrocinada foram retiradas da rede social, imediatamente após a notificação, beirando a alegação de desconhecimento à má-fé processual.

Uma vez demonstrado que o recorrente, se não autor da página, conhece tão intimamente a pessoa responsável por esta, ao ponto de ter acesso ao perfil pessoal da administradora, **restou comprovado seu prévio conhecimento**. Nesse sentido, segue precedente deste TRE-RS:

> Recurso. Propaganda eleitoral paga na internet. Divulgação de link patrocinado na rede de relacionamentos Facebook. Art. 57-C da Lei n. 9.504/97. Eleições 2014.
> Preliminar de ilegitimidade passiva rejeitada. **Circunstâncias revelam a impossibilidade de a beneficiária não ter tido conhecimento da divulgação.** Responsabilidade da candidata majoritária firmada pela falta de regularização da publicidade política (art.40-B da Lei das Eleições).
> **É vedada a divulgação de propaganda eleitoral paga na internet. Responsabilização da agremiação partidária e dos candidatos pela irregularidade encontra fundamento no art. 241 do Código Eleitoral.**
> **Solidariedade restringe-se à responsabilidade pelo ilícito. Sanção é aplicável de forma individualizada. Manutenção da multa aplicada de forma individual à coligação, à agremiação e às candidatas.** Provimento negado.
> (Petição nº 160854, Acórdão de 16/10/2014, Relator(a) LISELENA SCHIFINO ROBLES RIBEIRO, Publicação: PSESS - Publicado em Sessão, Data 16/10/2014 )

Portanto, não merece reforma a sentença.

## III – CONCLUSÃO

Ante o exposto, opina o Ministério Público Eleitoral pelo desprovimento do recurso.

Porto Alegre, 30 de novembro de 2016.

**Marcelo Beckhausen**
**PROCURADOR REGIONAL ELEITORAL**

C:\conversor\tmp\d96eofhjd5mgd5oj7ts175316669501846416161201230036.odt