



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR DESEMBARGADOR ELEITORAL RELATOR
EGRÉGIO TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO RIO GRANDE DO SUL**

Recurso Eleitoral n.º 540-36.2016.6.21.0150

Procedência: XANGRI-LÁ - RS (150ª ZONA ELEITORAL – CAPÃO DA CANOA)

Assunto: RECURSO ELEITORAL - REPRESENTAÇÃO - CONDUTAS VEDADAS - CONDOTA VEDADA A AGENTE PÚBLICO - MULTA - PROCEDÊNCIA

Recorrente: FREDERICO FREIRE FIGUEIRÓ

Recorrido: MINISTÉRIO PÚBLICO ELEITORAL

Relator: DES. CARLOS CINI MARCHIONATTI

PARECER

I – RELATÓRIO

Trata-se de recurso interposto por FREDERICO FREIRE FIGUEIRÓ (fls. 141-151) em face da sentença (fls. 106-109), que julgou procedente a representação eleitoral ajuizada pelo MINISTÉRIO PÚBLICO ELEITORAL, condenando o recorrente, Presidente da Câmara Municipal de Xangri-lá à época dos fatos, à pena de multa, eis que teria praticado a conduta vedada prevista no art. 73, VII, da Lei 9.504/97, haja vista ter realizado despesas com publicidade institucional, no primeiro semestre de 2016, acima da média de gastos dessa natureza efetivados nos primeiros semestres dos três anos imediatamente anteriores.

Com contrarrazões (fls. 249-250v), subiram os autos ao TRE-RS e vieram a esta Procuradoria Regional Eleitoral, para exame e parecer (fl. 252).

É o relatório.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

II – FUNDAMENTAÇÃO

II.I - Preliminares

II.I.I - Da tempestividade

O recurso é **tempestivo**. A sentença foi publicada em 01/02/2017 (fl. 110v) e a oposição de embargos de declaração ocorreu em 02/02/2017 (fl. 114). Em seguida, a decisão que apreciou os aclaratórios foi publicada em 10/02/2017, sexta-feira (fl. 138 v), e o recurso foi interposto em 14/02/2017, terça-feira (fl. 402), restando, portanto, observado o tríduo legal a que alude o art. 33 da Resolução do TSE nº 23.462/15.

Logo, o recurso deve ser conhecido.

II.I.II – Da alegada nulidade da sentença

Alega o recorrente que a sentença seria nula, eis que teria julgado a causa de forma *extra petita*. Sustenta que o magistrado conferiu a determinado gasto a qualidade de propaganda institucional, enquanto que o MPE, na inicial, teria lhe atribuído a característica de publicidade legal.

Não procede a alegação, pois ao contrário do sustentado pelo recorrente, o magistrado *a quo* procedeu, em verdade, à separação dos gastos efetivados com publicidade institucional e legal, considerando para a formação de seu juízo condenatório apenas as despesas realizadas pelo recorrente sob a rubrica de publicidade institucional. Segue trecho da sentença:

(...)

Da mesma forma, cumpre esclarecer a diferença entre publicidade legal e publicidade institucional.

A publicidade legal tem por objetivo dar publicidade aos atos oficiais e é obrigatória, a fim de dar efetividade ao Princípio Constitucional da Publicidade.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

A publicidade institucional, por fazer referência à instituição, estando esta sob a direção de um administrador ocupante de cargo eletivo e eventual postulante à reeleição, é o objeto de aferição de gastos em condutas vedadas, nos termos do art. 73, inc. VII, da Lei 9.504/97 e em nada se confunde com a publicidade legal. Nesse sentido:

Embargos de declaração com pedido de atribuição de efeitos infringentes. Alegada ocorrência de omissão no aresto que deu provimento a recurso e condenou o embargante à multa por infringência ao inciso VII do artigo 73 da Lei n. 9.504/97.

A publicação de atos legais/oficiais não se confunde com a publicidade institucional destinada à divulgação dos atos da administração pública, não sendo computados para fins de aferição do limite previsto no artigo 73, inciso VII, da Lei n. 9.504/97. Valores decorrentes de atos administrativos vinculados.

Efeitos infringentes para negar provimento ao recurso ministerial e manter a improcedência da representação.

Acolhimento.

(Recurso Eleitoral nº 72666, Acórdão de 23/09/2014, Relator(a) DR. LEONARDO TRICOT SALDANHA, Publicação: DEJERS - Diário de Justiça Eletrônico do TRE-RS, Tomo 172, Data 25/9/2014, Página 2) (grifei)

Ainda, a classificação e conceituação dos tipos de publicidade não é pormenorizada pela legislação eleitoral, porém a Instrução Normativa da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM-PR nº 07, de 19 de dezembro de 2014, que regulamenta a matéria no âmbito do Poder Executivo Federal, traz indicativos acerca da classificação, definindo como tipos de publicidade:

Art. 3º As espécies de publicidade de que trata o art. 3º, inciso V, alíneas “a” a “d”, do Decreto nº 6.555/2008 são conceituadas como segue:

I - Publicidade Institucional: destina-se a posicionar e fortalecer as instituições, prestar contas de atos, obras, programas, serviços, metas e resultados das ações do Poder Executivo Federal, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade e de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas e de promover o Brasil no exterior;

II - Publicidade de Utilidade Pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;

III - Publicidade Mercadológica: destina-se a alavancar vendas ou promover produtos e serviços no mercado;

IV - Publicidade Legal: destina-se a divulgar de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com o objetivo de atender a prescrições legais.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Com isso, desnecessário ao deslinde do feito a análise dos documentos constantes dos autos que fazem referência a gastos com publicidade legal.
(...)

Logo, o magistrado *a quo*, a partir da prova carreada aos autos, levou em consideração para o deslinde do feito apenas os gastos realizados a título de propaganda institucional, não se podendo falar em sentença *extra petita*.

Além disso, a discussão acerca da qualidade de determinada propaganda realizada pelo Poder Público, se legal ou institucional, trata-se de matéria a ser abordada no mérito do recurso.

II.II – Mérito

A controvérsia paira sobre a caracterização da conduta vedada prevista no artigo 73, inciso VII, da Lei nº 9.504/1997, pois teria o recorrente, quando do exercício do cargo de Presidente da Câmara Municipal de Xangri-lá, realizado despesas com publicidade institucional, no primeiro semestre de 2016, acima da média de gastos dessa natureza efetivados nos primeiros semestres dos três anos imediatamente anteriores ao do Pleito municipal.

A prática vedada em questão está estabelecida na Lei nº 9.504/97, nos termos seguintes:

Art. 73. São proibidas aos agentes públicos, servidores ou não, as seguintes condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos nos pleitos eleitorais:

(...)

VII - realizar, no primeiro semestre do ano de eleição, despesas com publicidade dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, que excedam a média dos gastos no primeiro semestre dos três últimos anos que antecedem o pleito; (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

O *caput* do artigo 73 é claro em sua finalidade precípua: impedir que agentes públicos pratiquem condutas que possam interferir na igualdade de oportunidades entre os candidatos às eleições.

Obviamente, aquele que já ocupa cargo público e se dispõe a concorrer a um cargo eletivo não pode usar, ainda que indiretamente, recursos ou serviços públicos com o fito de colher dividendos eleitorais, ou mesmo com o nítido objetivo de se destacar entre os demais concorrentes.

E isso não significa que o agente público, durante o período eleitoral, deva ficar inerte em relação às suas funções. O que se proíbe, isso sim, é o uso desvirtuado ou abusivo da máquina pública para os fins diversos do que se destina.

Compulsando-se os autos, razão assiste à sentença (fls. 106-109), que entendeu pela procedência da representação, a qual acolho na íntegra, a fim de evitar tautologia:

(...)

Merece ser julgada procedente a representação proposta pelo Ministério Público Eleitoral.

Inicialmente, cumpre referir que, embora a vedação contida no art. 73, inc. VII, da Lei das Eleições traga comando no sentido do controle das despesas com publicidade dos órgãos da Administração Pública, sem especificar o tipo de publicidade, a jurisprudência é unânime no sentido de considerar apenas os gastos com publicidade institucional:

Recurso Eleitoral. Eleições 2012. Art. 73, inciso VII, da Lei n. 9.504/97. Conduta vedada a agentes públicos. Despesas com publicidade institucional acima da média dos gastos nos três últimos anos que antecederam o pleito. Procedência. Cassação de diploma. Declaração de Inelegibilidade. Multa. [...]
Mérito



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Gastos com publicidade institucional superiores ao permitido pelo art. 73, VII da Lei nº 9.504/97. É expressamente vedado ao agente público efetuar gastos com publicidade institucional que excedam a média dos gastos nos três últimos anos que antecedem o pleito, ou do último ano imediatamente anterior à eleição. Ausência de gravidade. Decote da cassação do diploma e inelegibilidade. Recurso a que se dá parcial provimento. Manutenção da aplicação da multa. (RECURSO ELEITORAL nº 34736, Acórdão de 28/11/2013, Relator(a) VIRGÍLIO DE ALMEIDA BARRETO, Publicação: DJEMG - Diário de Justiça Eletrônico-TREMG, Data 06/12/2013)

Da mesma forma, cumpre esclarecer a diferença entre publicidade legal e publicidade institucional.

A publicidade legal tem por objetivo dar publicidade aos atos oficiais e é obrigatória, a fim de dar efetividade ao Princípio Constitucional da Publicidade.

A publicidade institucional, por fazer referência à instituição, estando esta sob a direção de um administrador ocupante de cargo eletivo e eventual postulante à reeleição, é o objeto de aferição de gastos em condutas vedadas, nos termos do art. 73, inc. VII, da Lei 9.504/97 e em nada se confunde com a publicidade legal. Nesse sentido:

Embargos de declaração com pedido de atribuição de efeitos infringentes. Alegada ocorrência de omissão no aresto que deu provimento a recurso e condenou o embargante à multa por infringência ao inciso VII do artigo 73 da Lei n. 9.504/97.

A publicação de atos legais/oficiais não se confunde com a publicidade institucional destinada à divulgação dos atos da administração pública, não sendo computados para fins de aferição do limite previsto no artigo 73, inciso VII, da Lei n. 9.504/97. Valores decorrentes de atos administrativos vinculados.

Efeitos infringentes para negar provimento ao recurso ministerial e manter a improcedência da representação.

Acolhimento.

(Recurso Eleitoral nº 72666, Acórdão de 23/09/2014, Relator(a) DR. LEONARDO TRICOT SALDANHA, Publicação: DEJERS - Diário de Justiça Eletrônico do TRE-RS, Tomo 172, Data 25/9/2014, Página 2) (grifei)



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Ainda, a classificação e conceituação dos tipos de publicidade não é pormenorizada pela legislação eleitoral, porém a Instrução Normativa da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM-PR nº 07, de 19 de dezembro de 2014, que regulamenta a matéria no âmbito do Poder Executivo Federal, traz indicativos acerca da classificação, definindo como tipos de publicidade:

Art. 3º As espécies de publicidade de que trata o art. 3º, inciso V, alíneas “a” a “d”, do Decreto nº 6.555/2008 são conceituadas como segue:

I - Publicidade Institucional: destina-se a posicionar e fortalecer as instituições, prestar contas de atos, obras, programas, serviços, metas e resultados das ações do Poder Executivo Federal, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade e de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas e de promover o Brasil no exterior;

II - Publicidade de Utilidade Pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;

III - Publicidade Mercadológica: destina-se a alavancar vendas ou promover produtos e serviços no mercado;

IV - Publicidade Legal: destina-se a divulgar de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, com o objetivo de atender a prescrições legais.

Com isso, desnecessário ao deslinde do feito a análise dos documentos constantes dos autos que fazem referência a gastos com publicidade legal.

Com relação a quais períodos a serem considerados para verificação da ocorrência ou não da conduta vedada noticiada, nos termos do art. 73, inc. VII, da Lei 9.504/97:

Art. 73. São proibidas aos agentes públicos, servidores ou não, as seguintes condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos nos pleitos eleitorais:

[...]



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

VII - realizar, no primeiro semestre do ano de eleição, despesas com publicidade dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, que excedam a média dos gastos no primeiro semestre dos três últimos anos que antecedem o pleito; (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)

Da análise do texto legal, tem-se que a apuração da média de gastos com publicidade institucional dos primeiros semestres dos anos de 2013, 2014 e 2015 dever ser obtida com a soma do que foi gasto nos referidos semestres, dividindo-se o resultado da soma por três, a fim de comparar com os gastos realizados no primeiro semestre do ano de 2016, sendo desnecessário, portanto, qualquer análise de valores que constam dos autos e que não se refiram a qualquer dos citados períodos, pois não integrarão os cálculos, para fins de estabelecimento do limite legal e do valor a ser comparado com aquele.

Sob outro prisma e conforme arguido pelo representado, referindo o julgamento do Processo 272-79.2016.6.21.0150, é necessário estabelecer um critério para inclusão ou não dos valores a serem considerados tanto na apuração da média semestral, quanto para o valor a ser comparado com aquela.

O primeiro critério para aferição das despesas com publicidade, de modo a caracterizar ou não a conduta vedada, é diferenciar as despesas nas quais foram utilizados empenhos globais das despesas que foram utilizados empenhos ordinários, pois neste caso os respectivos valores devem integrar o cálculo para fins de aferição dos limites, tendo como data de ocorrência a data da emissão do empenho, porquanto uma despesa de publicidade empenhada ordinariamente já é passível de veiculação sem que seja necessário qualquer procedimento relativo à liquidação ou pagamento.

Para despesas nas quais foram utilizados empenhos globais, porém, geralmente decorrentes de contrato de prestação continuada, a melhor forma de se aferir os gastos com publicidade, para fins de verificação dos limites impostos pela Lei das Eleições, é considerar a competência ou o período a que se referem as despesas.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Feitas essas considerações, passo à análise dos valores constantes dos autos a serem considerados.

Primeiramente, cumpre esclarecer que, em que pese os argumentos lançados pelo representado, bem como a mídia juntada contendo áudio supostamente veiculado em programa de rádio, tenho que os gastos dispendidos com serviço de radiodifusão (Fornecedor Empresa Caponense de Radiodifusão) para divulgação do funcionamento, atos, obras e programas do Poder Legislativo Municipal de Xangri-Lá são classificados como despesas com publicidade institucional, porquanto aqueles gastos não têm característica de oficialidade e muito menos de obrigatoriedade, não estando atrelados a atos administrativos vinculados.

Outrossim, despesa a não ser considerada no cálculo são os gastos realizados com o fornecedor Agimóvel (fls. 18, 19 e 21), tendo em vista que faz referência a hospedagem de sítio de internet e não publicidade institucional.

Não merecem resguardo, portanto, os valores apurados pelo Ministério Público Eleitoral (fl. 02v) tanto para a média semestral dos anos 2013, 2014 e 2015 quanto para o gasto no primeiro semestre de 2016, porquanto foram incluídos gastos com o fornecedor Agimóvel, bem como foram considerados os empenhos globais com o fornecedor Empresa Caponense de Radiodifusão, sendo que as correspondentes despesas com veiculação em rádio de propaganda institucional não estão totalmente adstritas aos primeiros semestres de 2014 e 2015, e, da mesma forma, no ano de 2016 não foi gasto o total dos valores referentes ao Empenho Global nº 247/16 (fl. 55), pois o contrato foi suspenso em 04.07.2016, sendo os serviços prestados pelo período de 2 meses (fl. 46).

Com isso, a média semestral dos primeiros semestres dos anos de 2013, 2014 e 2015 é a apurada pelo representado, conforme cálculos de fls. 90/91, no montante de R\$ 17.266,66.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Quanto ao valor dos gastos com publicidade no primeiro semestre de 2016, cabe referir que da análise dos valores e descrições constantes no documento de fl. 44, que fazem referência ao Contrato 003/2016, cujo objeto é publicação dos atos do legislativo, verifica-se que trata-se de publicidade institucional, pois não verificado nenhum caráter de obrigatoriedade, relação com atos administrativos vinculados, tais como editais ou procedimentos licitatórios, não se revestindo de qualquer característica de publicidade legal.

Ainda, conforme verifica-se do documento de fl. 45, foi veiculada propaganda institucional nos três meses anteriores ao pleito, em infração ao art. 73, VI, b, da Lei das Eleições, não cabendo, contudo, a condenação do representado com base no referido dispositivo legal por conta do art. 141 do Código de Processo Civil.

Com isso, o total gasto no primeiro semestre do ano de 2016 é R\$ 18.098,00, pois ao valor apurado pelo representado no primeiro semestre de 2016 (R\$ 16.580,00), conforme documento de fl. 46, deve ser acrescido o valor de R\$ 1518,00, o total gasto no primeiro semestre de 2016 relacionado ao contrato 03/2016, conforme fl. 44.

Portanto, os gastos com publicidade realizados pelo representado no primeiro semestre do ano de 2016 superaram a média dos primeiros semestres dos anos 2013, 2014 e 2015 em R\$ 831,34, ou seja, foram 4,81% superiores.

Por derradeiro, ressalto que no julgamento de condutas vedadas previstas no art. 73 da Lei das Eleições descabe analisar a potencialidade dos fatos ou do caráter eleitoreiro da conduta. Neste sentido:

ELEIÇÕES 2010. CONDOTA VEDADA. USO DE BENS E SERVIÇOS. MULTA.

1. O exame das condutas vedadas previstas no art. 73 da Lei das Eleições deve ser feito em dois momentos. Primeiro, verifica-se se o fato se enquadra nas hipóteses previstas, que, por definição legal, são "tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos nos pleitos eleitorais". Nesse momento, não cabe indagar sobre a potencialidade do fato.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

2. Caracterizada a infração às hipóteses do art. 73 da Lei 9.504/97, é necessário verificar, de acordo com os princípios da razoabilidade e proporcionalidade, qual a sanção que deve ser aplicada. Nesse exame, cabe ao Judiciário dosar a multa prevista no § 4º do mencionado art. 73, de acordo com a capacidade econômica do infrator, a gravidade da conduta e a repercussão que o fato atingiu. Em caso extremo, a sanção pode alcançar o registro ou o diploma do candidato beneficiado, na forma do § 5º do referido artigo.

3. Representação julgada procedente.

(Representação nº 295986, Acórdão de 21/10/2010, Relator(a) Min. HENRIQUE NEVES DA SILVA, Publicação: DJE - Diário da Justiça Eletrônico, Tomo 220, Data 17/11/2010, Página 15 RJTSE - Revista de jurisprudência do TSE, Volume 21, Tomo 4, Data 21/10/2010, Página 130)

Da mesma forma:

ELEIÇÕES 2014. AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. CONDUTA VEDADA. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL. OUTDOORS. PERÍODO PROIBIDO. APLICAÇÃO DE MULTA.

1. Se o Tribunal de origem concluiu que houve veiculação de propaganda institucional no período vedado, mediante afixação de outdoors contendo informações sobre obras e serviços da administração pública estadual, e que o chefe do Executivo estadual candidato à reeleição tinha ciência da publicidade, diante das peculiaridades do caso específico, a reforma do julgado demandaria o reexame de fatos e provas, providência vedada em sede extraordinária (Súmulas 7 do STJ e 279 do STF).

2. A permanência de publicidade institucional durante o período vedado é suficiente para que se aplique a multa prevista no art.73, § 4º, da Lei nº 9.504/97, sendo irrelevante que a peça publicitária tenha sido autorizada e afixada em momento anterior. Precedentes.

3. Nos termos da jurisprudência desta Corte Superior e do art. 73, VI, b, da Lei das Eleições, o caráter eleitoral da publicidade institucional é irrelevante para a incidência da vedação legal.

4. Considerando-se o juízo acerca da gravidade da conduta, realizado pelo Tribunal de origem com base nas circunstâncias fáticas, não é possível afastar a aplicação da sanção pecuniária nem reduzi-la ao patamar mínimo legal. "A multa fixada dentro dos limites legais não ofende os princípios da proporcionalidade e da razoabilidade" (AgR-AI nº 314-54, rel. Min. Luciana Lóssio, DJE de 14.8.2014).

Agravo regimental ao qual se nega provimento.

(Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº 164177, Acórdão de 26/04/2016, Relator(a) Min. HENRIQUE NEVES DA SILVA, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Data 13/05/2016, Página 74)



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Com isso, merece ser julgada procedente a representação, bem como ser aplicada a multa prevista no §4º, do art. 73 da Lei 9.504/97, a qual fixo no mínimo legal de R\$ 5.320,50 (cinco mil, trezentos e vinte reais e cinquenta centavos).

Isso posto julgo PROCEDENTE a representação proposta pelo Ministério Público Eleitoral em face de Frederico Freire Figueiró, condenando-o à multa de R\$ 5.320,50 (cinco mil, trezentos e vinte reais e cinquenta centavos), com fulcro no art. 73, inc. VII e §4º, ambos da Lei 9.504/97.

Assim, tem-se como configurada, nos fatos analisados, a conduta vedada prevista no artigo 73, inciso VII, da Lei nº 9.504/1997.

Por fim, no que concerne à condenação do recorrente por má-fé processual, como bem apontado pelo MPE à origem, “extrai-se dos autos que o recorrente às fls. 117/118, em sede de embargos de declaração, tentando induzir a erro o Juízo, juntou cópia do Contrato nº 003/2016, do qual constava descrito como objeto do referido contrato **'a contratação de empresa jornalística, de tiragem semanal para publicação de extratos de editais, atos oficiais e demais atos permanentes a licitações e contratos'**, ou seja, tratava-se de despesa relativa à publicação legal e não institucional.

Ocorre que, após análise do Portal da Transparência do Sítio Oficial da Câmara de Xangri-lá, restou verificado pelo Juízo que o objeto do referido contrato não consistia naquele referido pelo recorrente (fls. 135/136): o real objeto do contrato tratava da **'contratação de empresa jornalística, de tiragem semanal para publicação dos atos só legislativo'**, ou seja, tinha por objeto despesas relativas à publicação institucional, e não legal.”

Portanto, correta a fixação de multa por litigância de má-fé, na esteira do disposto art. 81 , §2º, do CPC, eis que o recorrente juntou aos autos documento modificado a fim de alterar a verdade dos fatos, com o objetivo de induzir o julgador em erro.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Dessa forma, o recurso não comporta provimento.

III – CONCLUSÃO

Ante o exposto, a Procuradoria Regional Eleitoral manifesta-se pelo **desprovimento** do recurso.

Porto Alegre, 12 de junho de 2017.

Marcelo Beckhausen
PROCURADOR REGIONAL ELEITORAL

C:\conversor\tmp\inslfhmrefqe1c5afmfes78749458590446444170612230032.odt