



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 0600035-21.2020.6.21.0161

Procedência: PORTO ALEGRE (161ª ZONA ELEITORAL)
Assunto: PROPAGANDA POLÍTICA - PROPAGANDA ELEITORAL - INTERNET
Recorrente: NELSON MARCHEZAN JUNIOR
Recorrido: JOSE ALBERTO REUS FORTUNATI
Relator: DES. GUSTAVO ALBERTO GASTAL DIEFENTHALER

PARECER

RECURSO ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL. INTERNET. FACEBOOK. POST IMPULSIONADO. INFORMAÇÕES CLARAS SOBRE O ANÚNCIO E O TEMA (ELEIÇÕES). DADOS DO RESPONSÁVEL FINANCEIRO (INCLUSIVE CNPJ) ACESSÍVEIS NA BIBLIOTECA DE ANÚNCIOS. PROPAGANDA ELEITORAL QUE NÃO PROMOVE O CANDIDATO QUE A IMPULSIONA, MAS, EM DETERMINADO TRECHO, APENAS CRITICA CANDIDATO ADVERSÁRIO. IMPULSIONAMENTO VEDADO. ART. 57-C, § 3º, DA LEI DAS ELEIÇÕES. PARECER PELO CONHECIMENTO E PROVIMENTO DO RECURSO.

I – RELATÓRIO

Trata-se de recurso interposto contra a sentença que, acolhendo o parecer do MPE, julgou improcedente representação eleitoral por propaganda irregular na internet proposta por NELSON MARCHEZAN JUNIOR (45 – PSDB)



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

em face de JOSE ALBERTO REUS FORTUNATI (14 – PTB), ambos candidatos ao cargo de Prefeito no município de Porto Alegre.

A representação refere-se a vídeo contendo “os melhores momentos” de FORTUNATI no debate realizado pela TV Band entre os candidatos ao pleito majoritário de Porto Alegre, publicado na página do candidato no Facebook.

Parcialmente inconformado com a sentença, NELSON MARCHEZAN JUNIOR (45 – PSDB) avia recurso pretendendo o reconhecimento de que o representado promoveu propaganda eleitoral negativa impulsionada sem informação quanto ao CNPJ do responsável pelo respectivo pagamento.

Sem contrarrazões, os autos foram remetidos ao TRE-RS e, em seguida, vieram a esta Procuradoria Regional Eleitoral, para análise e parecer.

É o relatório.

II – FUNDAMENTAÇÃO

II.I – Pressupostos de admissibilidade recursal

No caso, restam presentes todos os requisitos concernentes à admissibilidade recursal, quais sejam: tempestividade, cabimento, interesse e legitimidade para recorrer, inexistência de fato impeditivo ou extintivo do direito de recorrer, e regularidade formal.

Especificamente em relação à tempestividade, o prazo para interposição de recurso contra sentença proferida em representação sobre propaganda eleitoral irregular, como é o caso dos autos, é de 24 horas, nos termos do art. 96, § 8.º, da Lei 9.504/97¹.

¹ Art. 96 (...) § 8º Quando cabível recurso contra a decisão, este deverá ser apresentado no prazo de vinte



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

A partir de 26 de setembro de 2020, os prazos relativos a representações, reclamações e pedidos de direito de resposta passaram a ser contínuos e peremptórios, não se suspendendo aos sábados, domingos e feriados (art. 8º, inc. I, da Resolução TSE n. 23.624/2020).

No presente caso, a intimação da sentença se deu em 19.10.2020 e o recurso foi interposto no dia 20.10.2020, sendo, portanto, tempestivo.

Assim, o recurso **deve ser conhecido**.

II.II – Mérito Recursal

Inicialmente, observa-se ter sido devidamente informado o (específico) endereço eletrônico do *post* contendo vídeo, veiculado no dia 03.10.2020, na página mantida pelo representado no Facebook, objeto da presente representação².

Sua titularidade é certa, recaindo sobre o representado, JOSÉ ALBERTO REUS FORTUNATI (14 – PTB), pois foi veiculado no mesmo endereço eletrônico informado à Justiça Eleitoral por ocasião de seu registro de candidatura. Ademais, a utilização do endereço eletrônico e a publicação do vídeo foram reconhecidos na contestação e no próprio recurso.

e quatro horas da publicação da decisão em cartório ou sessão, assegurado ao recorrido o oferecimento de contra-razões, em igual prazo, a contar da sua notificação.

Oportuno mencionar que: “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.” (Representação n. 180154, Acórdão, Rel. Min. Maria Thereza de Assis Moura, Publicação: DJE, Tomo 57, 24/03/2015, P. 164/165).

2 https://web.facebook.com/315453861809850/posts/3452732938081911/?_vh=e&extid=0&d=n&_rdc=1&_rdr



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Conforme menciona o recorrente à fl. 20 do pdf do ID 8486033, os pontos controvertidos trazidos à análise dessa egrégia Corte Eleitoral são:

- (i) se a publicação foi impulsionada e foi informado o CNPJ do responsável financeiro pelo anúncio.
- (ii) se o vídeo configura propaganda eleitoral negativa em detrimento do representante, NELSON MARCHESAN JÚNIOR, o que impediria o seu impulsionamento; e

II.II.I – Do impulsionamento da publicação e da informação do CNPJ do responsável financeiro

Nesse ponto, entendemos que houve o impulsionamento do post objeto da representação

Além disso, foi possível constatar a informação do CNPJ do responsável financeiro pelo anúncio.

Nos termos do art. 29 da Resolução TSE n. 23.6010/2019, *verbis*:

Art. 29. É vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, excetuado o impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos políticos, coligações e candidatos e seus representantes (Lei nº 9.504/1997, art. 57-C, caput) .

(...)

§ 2º A violação do disposto neste artigo sujeita o responsável pela divulgação da propaganda ou pelo impulsionamento de conteúdos 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) ou em valor equivalente ao dobro



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

da quantia despendida, se esse cálculo superar o limite máximo da multa (Lei nº 9.504/1997, art. 57-C, § 2º) .

§ 3º O impulsionamento de que trata o caput deste artigo deverá ser contratado diretamente com provedor da aplicação de internet com sede e foro no país, ou de sua filial, sucursal, escritório, estabelecimento ou representante legalmente estabelecido no país e apenas com o fim de promover ou beneficiar candidatos ou suas agremiações, vedada a realização de propaganda negativa (Lei nº 9.504/1997, art. 57-C, § 3º) .

§ 4º O representante do candidato a que alude o caput deste artigo se restringe à pessoa do administrador financeiro da respectiva campanha.

§ 5º Todo impulsionamento deverá conter, de forma clara e legível, o número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) ou o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) do responsável, além da expressão "Propaganda Eleitoral".

O Facebook possui ferramenta voltada à transparência dos anúncios contratados por seus usuários, denominada Biblioteca de Anúncios. O acesso (pelo endereço: https://web.facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=political_and_issue_ads&country=B) é livre a qualquer internauta, usuário ou não usuário da rede social.

Em pesquisa realizada na Biblioteca de Anúncios do Facebook, a partir do nome da página na qual veiculado o vídeo objeto da representação – *José Fortunati* – foi possível identificar que o *post* referente ao vídeo foi, efetivamente, impulsionado.

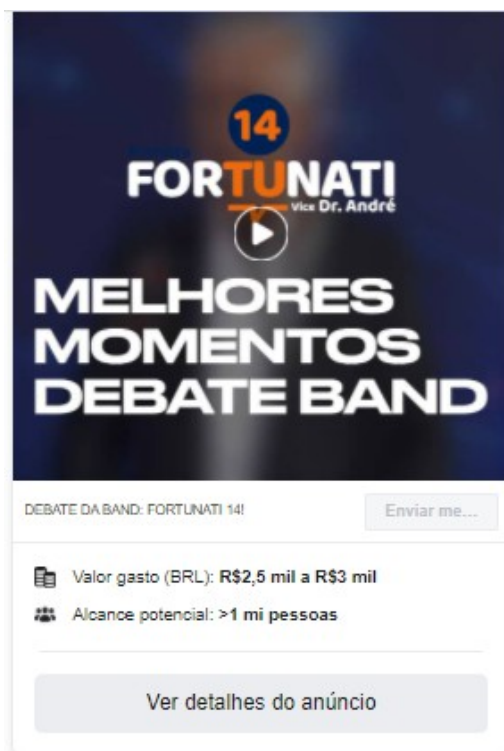
A pesquisa pelo nome da página leva ao endereço eletrônico no qual estão disponíveis TODOS os anúncios contratados a partir da referida página: https://web.facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=political_and_issue_ads&country=BR&q=Jos



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

[%C3%A9%20Fortunati&sort_data\[direction\]=desc&sort_data\[mode\]=relevancy_monthly_grouped](#)

Após acessar o endereço, identificamos o *post* objeto da representação e clicamos no botão “ver detalhes do anúncio” . Segue imagem:



Abrem-se, então, todas as informações relativas à contratação do anúncio (impulsioneamento), a partir das quais tem-se que o *post* recebeu impulsioneamento entre os dias “06 de Out de 2020 – 08 – Out – 2020”, com alcance potencial de um mil pessoas, tendo aparecido de 175 mil a 200 mil vezes em telas, a um custo de “R\$ 2,5 mil a R\$ 3 mil (BRL)”.

Para maior clareza, reproduz-se, aqui, trecho da página:



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Sobre o anúncio

José Fortunati
Patrocinado • Propaganda Eleitoral • ELEICAO 2020 JOSE ALBERTO REUS FORTUNATI PREFEITO
Identificação: 714272075834634

Confira os principais momentos de Fortunati no debate da **Band RS**. Seguimos em frente, propondo com transparência, diálogo e honestidade as melhores propostas para Porto Alegre. #Fortunati14 #PortoAlegre #Gestão #PortoAlegrista #DebateNaBand

DEBATE DA BAND: FORTUNATI 14!

Enviar mensa...

Dados por trás do anúncio

Inativo

6 de Out de 2020 – 8 de Out de 2020

Identificação: 714272075834634

Alcance potencial

Esta é uma estimativa do tamanho do público que se qualifica para ver esse anúncio. Ela é baseada nos critérios de direcionamento, posicionamentos de anúncios e para quantas pessoas os anúncios foram mostrados nos aplicativos e serviços do Facebook nos últimos 30 dias... [Ver mais](#)

Alcance potencial

>1 mi pessoas

Impressões

O número de vezes que um anúncio apareceu em uma tela. Pode incluir várias visualizações pelas mesmas pessoas. [Saiba mais](#)

Impressões

175 mil a 200 mil

Valor gasto

O valor total estimado que você gastou em um anúncio durante sua programação. [Saiba mais](#)

Valor gasto

R\$2,5 mil a R\$3 mil (BRL)

Para quem esse anúncio foi mostrado

O detalhamento por idade e gênero das pessoas que viram esse anúncio.

Homens	Mulheres	Desconhecido
8%	11%	13%
13%	13%	13%
13%	13%	13%

Observe-se que, na imagem supra, próximo à margem inferior, à esquerda, consta a expressão “Informações sobre o anunciante” acompanhada de uma seta.

Abrindo-se a seta, estão disponíveis todos os dados do responsável financeiro, dentre os quais o CNPJ:



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Sobre o rótulo

Quando um anunciante categoriza o próprio anúncio como relacionado a temas sociais, eleições ou política, ele precisa divulgar quem está financiando o anúncio. [Saiba mais](#)

Informações sobre o anunciante

Essa informação foi enviada pelo anunciante.

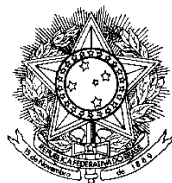
Enviadas em 1 de out de 2020

-  **Rótulo**
ELEICAO 2020 JOSE ALBERTO REUS FORTUNATI PREFEITO
-  **Número do CPF ou CNPJ**
38.751.347/0001-49
-  **Telefone**
+5551999063185
-  **Email**
contato@fortunati14.com.br
-  **Site**
<https://www.fortunati14.com.br/>
-  **Endereço**
RUA JERONIMO COELHO, 12 / 1201, PORTO ALEGRE, RS 90.010-241, BR

Acesse a Central de Ajuda para saber mais sobre o que exigimos dos anunciantes para veicular anúncios sobre temas sociais, eleições ou política. [Saiba mais](#)

Evidente, assim, que o *post* foi impulsionado, bem como que nos dados do anúncio constou informado o CNPJ do respectivo responsável financeiro.

É certo que a exigência do CNPJ destina-se a viabilizar a fiscalização quanto ao responsável pelo impulsionamento, a fim de verificar se está entre os legitimados a tanto pela Lei das Eleições (coligação, partido, candidato e responsável financeiro). No caso, a informação estava acessível a quem recebeu a aludida propaganda ou quem buscou fiscalizá-la.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Destarte, conquanto o *post* objeto da impugnação tenha sido impulsionado, esse impulsionamento deu-se de forma lícita porque houve a correta identificação do CNPJ do responsável financeiro.

II.II.II – Do impulsionamento de propaganda eleitoral negativa

Finalmente, especificamente ao que interessa ao presente feito, assinala-se que o art. 57-C da Lei 9.504/97, na redação dada pela Lei 13.488/2017, veda, expressamente, a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, excetuando, tão somente, o impulsionamento de **conteúdos com o fim de promover ou beneficiar candidatos ou suas agremiações**:

Art. 57-C. É vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, excetuado o impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos, coligações e candidatos e seus representantes.

§ 1º É vedada, ainda que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral na internet, em sítios:

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

II - oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

§ 2º A violação do disposto neste artigo sujeita o responsável pela divulgação da propaganda ou pelo impulsionamento de conteúdos 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) ou em valor equivalente ao dobro da quantia despendida, se esse cálculo superar o limite máximo da multa.

§ 3º O impulsionamento de que trata o **caput** deste artigo deverá ser contratado diretamente com provedor da aplicação de internet com sede e foro no País, ou de sua filial, sucursal, escritório, estabelecimento ou representante legalmente estabelecido no País e **apenas com o fim de promover ou beneficiar candidatos ou suas agremiações**.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

(grifo acrescido)

Não por outra razão o § 3º do art. 29 da Resolução TSE 23.610/2020, veda o impulsionamento de propaganda eleitoral negativa.

Neste ponto, entendemos que a norma, quando alude à propaganda eleitoral negativa, não se refere, necessariamente, à propaganda ilícita (o que seria até desnecessário, pois se é ilícita, evidentemente, não poderia ser impulsionada), mas igualmente, ou até principalmente, a propaganda lícita, aquela que faz críticas a candidatos adversários sem desbordar dos limites legais.

A propaganda eleitoral pode ser positiva ou negativa, lícita ou ilícita. No caso do impulsionamento, este somente é permitido em relação à propaganda positiva lícita, que, sem afirmar fatos manifestamente inverídicos, busca exaltar as qualidades do candidato que está impulsionando.

Não é permitindo, portanto, o impulsionamento de propaganda eleitoral negativa, ainda que lícita, nos termos referidos acima.

Nesse sentido, a jurisprudência do TSE interpreta as restrições da legislação eleitoral no sentido de proibir as publicações que não trazem de forma propositiva a imagem do candidato, buscando unicamente incutir no eleitor a ideia de ‘não voto’ naquele que foi atingido pelo impulsionamento:

AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. ELEIÇÕES 2018. REPRESENTAÇÃO. GOVERNADOR. PROPAGANDA ELEITORAL NEGATIVA. INTERNET. ART. 57-C, § 3º, DA LEI 9.504/97. POSTAGENS. FACEBOOK. IMPULSIONAMENTO. DESPROVIMENTO.

1. O art. 57-C, caput, e § 3º, da Lei 9.504/97 permite o impulsionamento de conteúdo na internet, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos, coligações, candidatos e seus representantes, com a



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

finalidade de promover candidaturas. Precedentes.

2. No caso, de acordo com a Corte local, "as publicações não trouxeram de forma propositiva a imagem dos agravantes e o pedido de votos, ao contrário, através da associação de imagens e legendas, buscaram incutir no eleitor a ideia de 'não voto' no candidato agravado", o que, portanto, foge da regra prevista nos referidos dispositivos.

3. As limitações impostas à propaganda eleitoral não afetam os direitos constitucionais de livre manifestação do pensamento e de liberdade de informação. Precedentes. 4. Agravo regimental desprovido.

(Recurso Especial Eleitoral nº 060337225, Acórdão, Relator(a) Min. Luis Felipe Salomão, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Tomo 56, Data 23/03/2020)

Estabelecidas estas premissas, tem-se, no presente caso, que a metade inicial do vídeo veiculado pelo representado no Facebook corresponde à sobreposição sequencial de falas de FORTUNATI no debate da TV Band que criticam diretamente o candidato representante. Vejamos:

O Prefeito vem aqui e diz que encontrou a cidade quebrada, mais uma fakenews! Ele fala que obviamente que combateu a corrupção, mas é importante lembrar que neste momento temos UM PROCESSO DE IMPEACHMENT porque ele gastou R\$ 3,5 milhões com publicidade com recursos do Fundo Municipal de Saúde. A volta às aulas deve acontecer com protocolos seguros, que Porto Alegre não tem. Desta forma, é absolutamente irresponsável a volta como está acontecendo.

Todo o trecho acima sublinhado não traz nenhuma proposição do candidato mas apenas a crítica direta ao representante, trazendo à tona fatos que o desabonam, que, como referido no julgado supra, buscam *incutir no eleitor a ideia de 'não voto' no candidato*.

Logo, tratando-se propaganda eleitoral que não promove o candidato que a impulsiona, mas apenas critica adversário, vedado está o seu impulsionamento.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Destarte, a reforma da sentença é medida que se impõe para que seja julgado procedente o pedido do representante.

III – CONCLUSÃO

Ante o exposto, opina o Ministério Público Eleitoral pelo **conhecimento e provimento** do recurso.

Porto Alegre, 26 de outubro de 2020.

Fábio Nesi Venzon
PROCURADOR REGIONAL ELEITORAL