



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Egrégio Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Sul
Excelentíssimo Senhor Desembargador Eleitoral Relator

Mandado de Segurança nº 0600423-48.2022.6.21.0000

Procedência: Butiá

Assunto: Propaganda Eleitoral Extemporânea/Antecipada – “Outdoors”

Impetrante: Diretório Estadual do Partido dos Trabalhadores – PT

Impetrado: Juízo da 116ª Zona Eleitoral

Relator: Des. Eleitoral Amadeo Henrique Ramella Buttelli

P A R E C E R

MANDADO DE SEGURANÇA. ELEIÇÕES 2022. OUTDOORS. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. DECISÃO DE 1º GRAU QUE NÃO DETERMINOU A RETIRADA DOS ARTEFATOS, EM RAZÃO DA INEXISTÊNCIA DE PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTO. ARTEFATOS DE USO VEDADO PELA LEGISLAÇÃO ELEITORAL. ART. 39, § 8º, DA LEI DAS ELEIÇÕES, E ART. 26, CAPUT, DA RESOLUÇÃO-TSE 23.610/19. PRÉ-CANDIDATO À PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. AMPLA VISIBILIDADE. CONTEÚDO ELEITORAL EVIDENCIADO. ART. 3º-A DA RESOLUÇÃO-TSE 23.610/19. PRESENÇA DE ELEMENTOS CARACTERIZADORES DE PROPAGANDA ANTECIPADA IRREGULAR. PARECER PELA CONCESSÃO DA SEGURANÇA.

I – RELATÓRIO

Cuida-se de mandado de segurança, com pedido de concessão de medida liminar, impetrado pelo Diretório Estadual do Partido dos Trabalhadores – PT (45018142) em face de decisão proferida pelo Juízo da 116ª Zona Eleitoral – Butiá (RS) em 26/7/2022 nos autos da Notícia de Irregularidade em Propaganda Eleitoral nº 0600025-44.2022.6.21.0116 (45018145), que indeferiu, no exercício do poder de polícia, a retirada de painéis de propaganda político-eleitoral, ditos “*outdoors*”, instalados em Butiá e Minas do Leão, em que se veicula, segundo o impetrante, propaganda eleitoral antecipada e irregular do pré-candidato à Presidência da República Jair Bolsonaro.

Os argumentos do impetrante são no sentido de que o ato judicial teria violado o direito do partido político “*em ter assegurado, através do exercício do poder de polícia do*



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Juízo Eleitoral de piso, seja coibida a propaganda eleitoral irregular”, em afronta ao disposto nos arts. 3º-A, 20 e 26 da Resolução-TSE 23.610/19, no art. 242 do Código Eleitoral e no art. 41, § 1º, da Lei 9.504/97, pois a propaganda em questão seria “*extemporânea eis que realizada por forma (afixação em bens particulares) e por meio vedado (outdoor)*”, além de conter “*o propósito de criar estados mentais, emocionais ou passionais em benefício da candidatura*”. Nessa linha, além de dar ênfase à manifestação do Ministério Público Eleitoral na primeira instância, pela remoção das peças de propaganda, cita jurisprudência sobre o tema e faz referência a decisões proferidas por juízes eleitorais de outras zonas eleitorais do Estado. Por fim, a concessão de medida liminar se faria necessária pela iminência do início da campanha eleitoral.

Em decisão proferida em 1/8/2022, o e. Relator indeferiu o pedido de concessão de medida liminar (45020364), expressando entendimento de que os artefatos de propaganda não conteriam “*pedido de voto, ou qualquer menção às eleições vindouras*”, mas mera “*manifestação de apoio e agradecimento ao Presidente da República*”, circunstância que não se amoldaria àquelas previstas nos arts. 36, § 1º, e 39, § 8º, da Lei 9.504/97.

Informações foram prestadas pelo juízo impetrado (45024604).

Na forma do art. 12 da Lei 12.016/09, esta Procuradoria Regional Eleitoral foi intimada para parecer.

É o relatório.

II – FUNDAMENTOS

II.1 – Cabimento da ação mandamental

Conforme se tratou no art. 54, § 3º, da [Resolução-TSE 23.608/19](#), “o mandado de segurança é a via jurisdicional cabível contra atos comissivos e omissivos praticados pela juíza ou pelo juiz eleitoral no exercício do poder de polícia”. No mesmo sentido, a jurisprudência deste e. Tribunal Regional (TRE-RS, Recurso Eleitoral n. 600113-85.2020.621.0073, Ac. de 25/3/2021, Rel. Amadeo Henrique Ramella Buttelli): “*Sendo o exercício do poder de polícia atividade administrativa e não jurisdicional, a via judicial cabível a ser oposta é o mandado de segurança, na forma do art. 54, § 3º, da Resolução TSE n. 23.608/19.*”

Assim sendo, a presente impetração deve ser conhecida.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Passa-se à análise do mérito.

II.2 – Mérito

Na origem, a Notícia de Irregularidade em Propaganda Eleitoral nº 0600025-44.2022.6.21.0116 consistiu em representação do Diretório Estadual do Partido dos Trabalhadores – PT perante o Juízo da 116ª Zona Eleitoral – Butiá (RS), em que se postulou a remoção de “outdoors” contendo propaganda eleitoral extemporânea do atual Presidente da República e também pré-candidato à Presidência nas eleições do corrente ano, com as seguintes características:

“(…), um deles na av. Artur da costa e Silva, s/n esquina BR. 290 - Retorno Butiá RS, com a mensagem “AMIGOS DE BUTIÁ E MINAS DO LEÃO APOIAM BOLSONARO! DEUS, PÁTRIA, FAMÍLIA” e outro na BR 299, KM 178, Vila RI, Minas do Leão, com a mensagem “PRODUTORES RURAIS DE BUTIÁ E MINAS DO LEÃO – ESTAMOS COM VOCÊ BOLSONARO – BRASIL ACIMA DE TUDO, DEUS ACIMA DE TODOS.”

A autoridade judiciária, indicada como coatora, indeferiu o requerimento de exercício do poder de polícia eleitoral formulado pela agremiação partidária com a seguinte fundamentação (45018145):

“Pela análise do Juízo, nos termos da qualificação trazida pelo art.36-A da Lei das Eleições, os artefatos objetos da notícia de irregularidade estão desacompanhados de pedido explícito de voto para atual Presidente e pré-candidato Jair Messias Bolsonaro.

A meu ver, não há, na espécie, qualquer elemento de convicção que leve a considerar o material impugnado como propaganda eleitoral antecipada, uma vez que ausente um dos requisitos caracterizadores da propaganda eleitoral antecipada, qual seja, o pedido de votos.

Nesse viés, embora é sabido que o outdoor é meio proscrito de propaganda eleitoral, vedado pelo art. 39, § 8º, da Lei das Eleições, estando o material objeto dos autos dentre os que, na dicção da lei, não configuram propaganda eleitoral, no entendimento desse juízo, também não lhe são aplicáveis as restrições estabelecidas pela legislação que rege a matéria.

Nesse sentido colaciono precedente do TSE:

ELEIÇÕES 2016. AGRAVO REGIMENTAL EM RECURSO ESPECIAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL EXTEMPORÂNEA MEDIANTE OUTDOOR. NÃO CONFIGURAÇÃO. AUSÊNCIA DE PEDIDO DE VOTO E DE REFERÊNCIA A PLEITO FUTURO. RECURSO ESPECIAL PROVIDO PARA JULGAR IMPROCEDENTES OS PEDIDOS FORMULADOS NA REPRESENTAÇÃO E AFASTAR A MULTA IMPOSTA. RAZÕES DO RECURSO QUE NÃO ENSEJAM A REFORMA DA DECISÃO AGRAVADA. IMPOSSIBILIDADE DE INOVAÇÃO RECURSAL. AGRAVO REGIMENTAL DESPROVIDO. 1. Na linha da recente jurisprudência do TSE, a referência à candidatura e a promoção pessoal dos pré-candidatos, desde que não haja



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

pedido explícito de votos, não configuram propaganda extemporânea, nos termos da nova redação dada ao art. 36-A pela Lei 13.165/15. Precedente: AgR-REspe 12-06/PE, Rel. Min. ADMAR GONZAGA, DJe 16.8.2017. 2. O TRE de origem entendeu haver propaganda antecipada com a divulgação, por meio de outdoor, da mensagem ODELMO LEÃO E ARNALDO SILVA. JUNTOS PELA SAÚDE. JUNTOS POR UBERLÂNDIA. 3. De acordo com o atual entendimento deste Tribunal Superior, desde que inexistente pedido expresso de votos, a referência à candidatura e a promoção pessoal dos pré-candidatos não configuram propaganda eleitoral extemporânea. Assim, não se pode confundir ato de mera divulgação de mensagem com referência à gestão do recorrente no serviço público de saúde mantido no Município de Uberlândia/MG, registrada no acórdão recorrido, com propaganda eleitoral extemporânea. [...] 5. Agravo Regimental a que se nega provimento". (AgR-REspe nº 621/MG, Rel. Min. Napoleão Nunes Maia Filho, DJe de 29/9/2017).

ELEIÇÕES 2020. AGRAVO INTERNO. RECURSO ESPECIAL ELEITORAL. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. DIVULGAÇÃO DE MENSAGEM DE FELICITAÇÃO A PRÉ-CANDIDATO A PREFEITO. IMAGEM E NOME. PERÍODO DE PRÉ-CAMPANHA. UTILIZAÇÃO DE OUTDOOR. VIÉS ELEITORAL. INEXISTÊNCIA. INDIFERENTE ELEITORAL. AGRAVO DESPROVIDO. 1. A mensagem de felicitação apenas com a inserção de imagem e nome do candidato, sem pedido explícito de votos, exaltação de qualidades do pré-candidato, divulgação de planos de governo ou plataformas de campanha, não configura propaganda eleitoral antecipada, porquanto, conforme jurisprudência desta Corte, a publicação trata de "indiferente eleitoral". 2. Os argumentos expostos pelo agravante não se sustentam diante da fundamentação da decisão recorrida, afigurando-se insuficientes para modificá-la. 3. Agravo interno desprovido. (RECURSO ESPECIAL ELEITORAL nº 060011123, Acórdão, Relator(a) Min. Ricardo Lewandowski, Publicação: DJE - Diário da justiça eletrônico, Tomo 91, Data 19/05/2022)

Desse modo, o papel da Justiça Eleitoral é coibir atos ilegais, sem, no entanto, limitar manifestações que não se enquadram nas restrições impostas pela legislação vigente, garantindo a liberdade de expressão e a livre circulação de ideias."

Portanto, no entender do Juízo da 116ª Zona Eleitoral – Butiá (RS), as peças de propaganda, por não veicular pedido explícito de voto, não caracterizariam ato ilegal na perspectiva eleitoral, não cabendo à Justiça Eleitoral impor restrições à liberdade de expressão e à livre circulação de ideias.

Em sentido contrário, registra-se a manifestação do Ministério Público Eleitoral na primeira instância pela remoção dos painéis de propaganda (45018147): *"Embora o texto não seja expresso e não contenha pedido explícito de voto, o apelo eleitoral é franco e deliberado e é evidente a intenção de influenciar na formação da vontade dos eleitores, visando às eleições de 2022."*

O [art. 39, § 8º, da Lei 9.504/97](#), cujo teor é reproduzido no art. 26, caput, da [Resolução-TSE 23.608/19](#), dispõe o seguinte:



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

“É vedada a propaganda eleitoral por meio de outdoors, inclusive eletrônicos, sujeitando-se a empresa responsável, os partidos políticos, as federações, as coligações, as candidatas e os candidatos à imediata retirada da propaganda irregular e ao pagamento de multa no valor de R\$5.000,00 (cinco mil reais) a R\$15.000,00 (quinze mil reais).”

Portanto, desde a Lei 11.300/06, que introduziu proibição mantida pela Lei 12.891/13, é explícita a vedação do uso de “*outdoors*” como instrumento de propaganda eleitoral no Brasil, havendo razões lógicas para tanto.

A primeira delas diz respeito ao princípio da igualdade. A disponibilidade de “*outdoors*” é limitada, sendo, assim, muito difícil a operacionalização de igual acesso dos candidatos a esses meios. Quantidades, tempo de exposição, localização são fatores decisivos no uso dessa modalidade publicitária, de modo que não se conseguiu uma metodologia que assegurasse paridade de armas entre os candidatos.

Uma segunda razão é a pobreza do instrumento. Não se trata apenas na assemelhação do candidato a um produto a ser consumido, ou do partido político a uma marca comercial. O espaço de mensagem em publicidade por “*outdoor*” é predominantemente visual e muito limitado para a expressão escrita, empobrecendo o debate político. Em uma sociedade de voto obrigatório e horário político-eleitoral na TV e no rádio, não há necessidade de peças publicitárias que anunciem à população a existência das próximas eleições.

A terceira razão é a força do instrumento. Ele invade a paisagem e alcança as retinas das pessoas de modo quase irresistível. Sua intromissão nos espaços de circulação das pessoas as atinge de modo invencível – sem falar-se da surpresa causada pelo seu encontro inesperado, desarmado e acrítico por parte do eleitor. Há uma comunicação extremamente forte que tende a se refletir na psicologia do público-alvo, em uma maximização da expressão e correlata diminuição de capacidade de resistência.

Há uma peculiar vis em artefatos publicitários de alto impacto visual, que não necessitam de nenhum outro meio para serem acessados, e que, em geral, encontram-se em locais de grande circulação popular, pois buscam atingir o maior número de pessoas simultaneamente a partir da ampliação do campo de visão do destinatário da publicidade – no caso, o eleitor.

Uma quarta razão de veto a esse instrumento publicitário na política reside na monumentalidade da expressão em “*outdoor*”. A imagem gigantesca de um candidato produz



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

não apenas uma exacerbação de personalidades, mas também uma supremacia quase absoluta da pessoa do emissor sobre o indivíduo receptor. O candidato exposto agigantadamente em um “*outdoor*” adquire contornos de onipotência e provoca posturas de submissão incompatíveis com uma república constitucional e um Estado Democrático de Direito. O *outdoor* dissolve a igualdade entre eleitores e elegíveis, reforçando uma mística de inferioridade e superioridade, beirando quase uma inevitabilidade política e uma perda de protagonismo cidadão.

A vedação ao uso de “*outdoors*”, portanto, é proteção do processo eleitoral, na medida em que representa a retirada da comunicação política do recurso maximizado à imagem – a que se resiste menos criticamente pela velocidade com que assimilada – e da produção de recepção hegemônica, sem que se ofereça resistência alguma à mensagem.

Além do meio utilizado nas peças publicitárias em análise ser vedado, deve-se ter em conta que a veiculação de propaganda eleitoral antes do dia 16 de agosto do ano da eleição desafia a norma disposta no [art. 36, caput e § 3º, da Lei 9.504/97](#). Apesar das inovações introduzidas pela Lei 13.165/15 no [art. 36-A da Lei das Eleições](#), ainda prevalece no sistema eleitoral a regra de proibição da propaganda eleitoral antecipada.

O art. 36-A, *caput*, da Lei das Eleições, de fato, é expresso ao dispor que não configuram propaganda eleitoral antecipada, desde que não envolvam pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura [e] a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos.

Todavia, o dispositivo citado não tornou lícito o que já era considerado pernicioso pelo ordenamento jurídico eleitoral. Vale dizer, a garantia de liberdade de manifestação para o surgimento de novos agentes políticos, inspiradora do art. 36-A, *caput*, da Lei das Eleições, caso interpretada no sentido de permitir, no período da pré-campanha, condutas vedadas na própria campanha, comprometeria a liberdade do eleitorado para acessar, de forma equânime, diferentes ideias e propostas políticas, pois haveria a sobreposição daquelas apoiadas pela propaganda antecipada, em clara demonstração de abuso de poder.

Assim, o art. 36-A da Lei das Eleições merece interpretação contida dentro do sistema. Imaginar que peças publicitárias de um provável candidato, veiculadas na monumentalidade de um “*outdoor*”, não contenham pedido de voto, significaria subestimar a



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

inteligência dos publicitários, dos candidatos e dos eleitores.

Em outros termos, na fase da pré-campanha, permanecem as vedações que regem a fase da campanha eleitoral. Logo, o permissivo deve ser interpretado como exceção à norma proibitiva, e seus incisos devem ser analisados de forma a não possibilitar sua aplicação fora dos limites – já bastante ampliados – impostos pelo legislador, sob pena de esvaziar-se a regra da vedação à propaganda eleitoral antecipada.

A respeito desse assunto, é esclarecedora a doutrina de Rodrigo López Zilio (Direito Eleitoral. 7ª ed. Rev. ampl. e atual. Salvador: Editora JusPodivm, 2020, p. 401-402.):

“O ato de pré-campanha tem o indisfarçável desiderato de passar uma mensagem propositiva ao eleitor, tornando pública determinada candidatura e tencionando a obtenção da simpatia do eleitorado. Talvez o aspecto mais relevante do ato de pré-campanha seja exatamente a análise pela ótica da sua finalidade. Em verdade, essa figura jurídica tem o inequívoco objetivo de antecipar para o eleitorado os aspectos positivos de uma futura candidatura, ou seja, o ato de pré-campanha possui uma indubitável finalidade eleitoral (ainda que não se configure como uma propaganda eleitoral propriamente dita). Se a não solicitação de um pedido de voto não torna o ato propaganda eleitoral antecipada, pela ausência de um conteúdo eleitoral específico (o pedido de voto), esse fato, por si só, não desfigura o ato de pré-campanha como uma ação de nítido interesse ou finalidade eleitoral. Portanto, a mensagem de ato de pré-campanha é de indiscutível cunho eleitoral, ainda que não se trate tecnicamente de uma propaganda eleitoral. Nesse ponto, ressalta uma fundamental diferença: conteúdo eleitoral específico envolve o pedido de voto e configura propaganda eleitoral; a finalidade eleitoral não necessariamente envolve o pedido de voto e pode configurar ato de pré-campanha. Dada essa vinculação embrionária do ato de pré-campanha com a finalidade eleitoral (e mesmo ausente o conteúdo específico eleitoral consistente no pedido de voto), forçoso reconhecer a vedação de algumas formas de veiculação de atos catalogados sob essa classificação jurídica. Nesse sentido, a partir de uma interpretação sistemática das regras eleitorais e com o objetivo de proporcionar um equilíbrio no princípio da igualdade de forças entre os candidatos e partidos, imperioso reconhecer que os atos de pré-campanha possuem determinados limites de forma, vetando-se a sua veiculação, como regra, através das formas que não são meios lícitos de propaganda eleitoral – sobretudo quando se tratam de meios ostensivos de divulgação (ex. outdoor, showmício, rádio e na televisão). Não existe uma razoabilidade jurídica para justificar que os atos de pré-campanha tudo podem, sob o singelo pretexto de que não são regulamentados proibitivamente pela legislação eleitoral.”

Cumprе assinalar que o Tribunal Superior Eleitoral, que vinha aplicando o art. 36-A da Lei das Eleições de forma literal, ao entendimento de que a “propaganda antecipada caracteriza-se apenas na hipótese de pedido explícito de voto” (TSE, Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº 34-24, Rel. Min. Jorge Mussi, DJe 8/2/2018), acabou por rever



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

tal posicionamento.

Com efeito, a jurisprudência atual do TSE desenvolveu diversos contornos importantes para a caracterização da propaganda eleitoral por meio de “outdoor”, além de ter fixado o entendimento de que, por se tratar de meio proscrito, mesmo que ausente pedido explícito de votos, a prática caracteriza-se como propaganda eleitoral irregular. Confira-se, a propósito, o seguinte precedente:

AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. CONTEÚDO ELEITORAL. MEIO PROSCRITO. OUTDOOR. DESPROVIMENTO. SÍNTESE DO CASO1. O Tribunal Regional Eleitoral, por maioria, negou provimento ao recurso para manter a sentença do Juízo da 31ª Zona Eleitoral daquele Estado que julgou procedente a representação ajuizada pelo Diretório Municipal do Movimento Democrático Brasileiro (MDB), aplicando à recorrente a multa na quantia de R\$ 5.000,00, em virtude da prática de propaganda eleitoral antecipada, consistente na veiculação de publicidade institucional em período vedado por meio do uso indevido de placas ou outdoors. 2 Por meio da decisão agravada, foi negado seguimento ao recurso especial manejado pelo candidato, nos termos do art. 36, § 6º, do Regimento Interno do Tribunal Superior Eleitoral. 3. Irresignada, a candidata interpôs agravo interno. ANÁLISE DO AGRAVO REGIMENTAL 4.A Corte Regional Eleitoral, soberana na análise de fatos e provas, manteve a multa imposta na sentença, em razão de veiculação de propaganda antecipada, mesmo que ausente pedido explícito de voto, tendo em vista a utilização de meio proscrito (outdoor) em publicidade institucional. 5. Quanto ao argumento da agravante de que a mensagem divulgada não tem nenhuma conotação eleitoral, não há como alterar a conclusão das instâncias ordinárias, de que ficou caracterizado “o caráter autopromocional das peças e não apenas institucional, bem como conteúdo eleitoral” sem novo exame das provas constantes dos autos, providência inviável em sede de recurso especial, a teor do verbete sumular 24 do TSE. 6. O entendimento da Corte Regional Eleitoral está alinhado com a orientação do Tribunal Superior Eleitoral no sentido de que “a realização de atos de pré-campanha por meio de outdoors importa em ofensa ao art. 39, § 8º, da Lei nº 9.504/97 e desafia a imposição da multa, independentemente da existência de pedido explícito de voto” (Rp 0600061–48, rel. Min. Edson Fachin, DJE de 4.5.2020). Incidência do verbete sumular 30 do TSE. CONCLUSÃO. Agravo regimental a que se nega provimento. (TSE, Recurso Especial Eleitoral nº 060004743, Acórdão, Rel. Min. Sergio Silveira Banhos, DJE 1/10/2021)

Nessa linha, ao tratar da disciplina da propaganda política aplicável às eleições de 2022, o Tribunal Superior Eleitoral acrescentou à [Resolução-TSE 23.608/19](#), com a seguinte redação:

Art. 3º-A. Considera-se propaganda antecipada passível de multa aquela divulgada extemporaneamente cuja mensagem contenha pedido explícito de voto, ou que veicule conteúdo eleitoral em local vedado ou por meio, forma ou



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

instrumento proscrito no período de campanha. (Incluído pela Resolução nº 23.671/2021)

Portanto, um aspecto importante a ser considerado, na esteira do entendimento jurisprudencial e da regulamentação para as eleições de 2022, diz respeito ao conteúdo veiculado no material. Caso não haja conotação eleitoral na mensagem, não há ofensa à proibição de propaganda eleitoral por “outdoors”.

Essa compreensão é imprescindível para distinguir a propaganda irregular do mero exercício da liberdade de manifestação do pensamento.

A esse respeito, há que se compreender que o pedido de voto não está vinculado, necessariamente, à expressão “vote no candidato”. O caráter eleitoral se verifica do contexto da peça, o que inclui o uso de palavras ou frases de efeito, fotografia do candidato e ainda outras ferramentas, como a replicação em massa, como ocorreu nas eleições de 2018 e, aparentemente, vem agora se repetindo.

No âmbito do TSE, em decisão monocrática proferida pelo Ministro Og Fernandes nos meses anteriores à eleição de 2018, foi determinada a imediata retirada de outdoor com a seguinte mensagem: “o sertão de Pajeú com Bolsonaro e Joel da Harpa” (TSE, RP nº 0600191-60.2018.6.00.0000, Rel. Min. Og Fernandes, decisão proferida em 6/3/2018). Naquela oportunidade, o Ministro Relator ressaltou que: “(...) a utilização de artefato físico típico de campanha (inclusive vedado), em ano eleitoral, associada à menção expressa ao nome de pré-candidatos e ao pedido de apoio dos cidadãos da região, induz à prática de propaganda eleitoral extemporânea, devendo ser concedida a liminar para a sua retirada.”

No caso em análise, além da imagem do Presidente da República, cuja pretensão de participar das eleições de 2022 disputando a reeleição é fato notório, um dos “outdoors” indicados – com localização na Av. Artur da costa e Silva, s/n, esquina BR 290, em Butiá – pelo impetrante traz estampado o slogan utilizado pelo então candidato Jair Bolsonaro na campanha presidencial de 2018: “*Brasil acima de tudo, Deus acima de todos*”, e faz alusão ao apoio de produtores rurais (eleitores) de Butiá e Minas do Leão a Jair Bolsonaro, por meio da frase “*ESTAMOS COM VOCÊ BOLSONARO*”, elementos de cunho eleitoral explícito. No outro “outdoor” – com localização na BR 290, km 178, Vila R1, em Minas do Leão –, a imagem do atual Presidente da República com a faixa presidencial, elemento ligado à posse do eleito, expressa “*AMIGOS DE BUTIÁ E MINAS DO LEÃO APOIAM BOLSONARO*”, associados a “*DEUS – PÁTRIA – FAMÍLIA*”.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Nesse contexto, a busca por votos, mesmo disfarçada de apoio ao pretense candidato, constitui propaganda duplamente irregular, tanto por sua extemporaneidade quanto pela utilização de meio vedado.

Ainda no que diz respeito às eleições de 2018, esse E. TRE-RS teve oportunidade de julgar mandado de segurança impetrado visando suspender a ordem de retirada de “*outdoor*” que, a exemplo do que acontece neste caso, veiculava propaganda eleitoral antecipada do então pré-candidato à presidência Jair Bolsonaro, e o fez nos autos nº 0600249-78.2018.6.21.0000, em julgamento, ocorrido em 4/7/2018, relator o Desembargador Luis Alberto D’Azevedo Aurvalle, cujo acórdão contou com a seguinte ementa:

MANDADO DE SEGURANÇA. EXERCÍCIO DE PODER DE POLÍCIA. PEDIDO LIMINAR PARA SUSPENDER A ORDEM DE RETIRADA DE ARTEFATO PUBLICITÁRIO. DEFERIDO. OUTDOOR. CONTEÚDO ELEITORAL. ALTO POTENCIAL DE ALCANCE DA PUBLICIDADE. CONFIGURADA A PROPAGANDA ANTECIPADA. REVOGADA A LIMINAR. DENEGADA A ORDEM. Insurgência contra decisão que determinou a retirada de outdoor ao fundamento de configurar propaganda eleitoral antecipada de pré-candidato à Presidência da República. Pedido liminar deferido para suspender a ordem de retirada da peça publicitária. Legítimo e regular exercício do poder de polícia conferido ao Juízo da Zona Eleitoral. Flagrante a pretensão eleitoreira da peça impugnada. Aparato expressamente vedado pela legislação eleitoral devido aos altos custos de sua utilização e ao seu elevado impacto publicitário, com capacidade de vulnerar a igualdade de oportunidades entre os candidatos. Apesar de ausente o pedido expresso de voto, o conteúdo eleitoreiro da mensagem é capaz de criar, artificialmente, na opinião pública, estados mentais, emocionais ou passionais em benefício a determinado candidato, antecipando o período permitido para a propaganda eleitoral. Demonstrada a replicação em massa do outdoor, em pelo menos 33 municípios, distribuídos em 13 estados, com padrões e mensagens semelhantes. Artefato com potencial alcance dos eleitores e relevante expressividade econômica, extrapolando os limites permissivos estabelecidos pelo art. 36-A da Lei n. 9.504/97. Configurada a propaganda eleitoral antecipada por meio de outdoor, em descumprimento aos arts. 36, *caput*, e 39, § 8º, da Lei das Eleições. Revogada a liminar concedida. Determinada a notificação dos responsáveis para a retirada da propaganda irregular. Denegação da segurança.

Veja-se que naquele caso também não estava presente pedido explícito de voto, o que não afastou a constatação da existência de conteúdo eleitoral apto a caracterizar a propaganda antecipada ilícita. Embora lá o “*outdoor*” se referisse ao apoio a “político honesto”, enquanto aqui se trata de registrar uma suposta crença “na família e no Brasil”, parece evidente em ambas as situações o intuito eleitoreiro capaz de criar, artificialmente, na opinião pública, estados mentais, emocionais ou passionais em benefício a determinado



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

candidato, antecipando o período permitido para a propaganda eleitoral.

Destarte, considerando o conteúdo eleitoral e o potencial de alcance da publicidade veiculada pelos outdoors questionados, bem como a relevância da sua expressão econômica e, especialmente, a vedação à sua utilização durante o período oficial de propaganda, tem-se que tais artefatos publicitários extrapolam os limites da permissão trazida pelo art. 36-A da Lei das Eleições, impondo-se a concessão da segurança para determinar ao Juízo impetrado que exerça o poder de polícia eleitoral, conforme requerido pelo impetrante.

III – CONCLUSÃO

Diante do exposto, o MINISTÉRIO PÚBLICO ELEITORAL se manifesta pela **concessão da segurança**, nos termos da fundamentação.

Porto Alegre, 15 de agosto de 2022.

Maria Emília Corrêa da Costa
Procuradora Regional Eleitoral Substituta



Procuradoria Regional Eleitoral no Rio Grande do Sul - www.mpf.mp.br/prers
Rua Otávio Francisco Caruso da Rocha, 800 - CEP 90.010-395 - Porto Alegre - RS