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

MANDADO DE SEGURANÇA Nº 0600389-73.2022.6.21.0000

Procedência: PELOTAS - RS (034ª ZONA ELEITORAL DE PELOTAS – RS)
Assunto: PROPAGANDA POLÍTICA - PROPAGANDA ELEITORAL EXTEMPORÂNEA/ANTECIPADA – OUTDOOR
Impetrante: DIRETÓRIO ESTADUAL DO PARTIDO DOS TRABALHADORES - PT
Impetrado: JUÍZO DA 034ª ZONA ELEITORAL - PELOTAS/RS
Relator: DES. OYAMA ASSIS BRASIL DE MORAES

PARECER

MANDADO DE SEGURANÇA. ELEIÇÕES 2022. REPRESENTAÇÃO. EXERCÍCIO DO PODER DE POLÍCIA. *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 Nº 23.610/2019. PRÉ-CANDIDATO À PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. AMPLA VISIBILIDADE. CONTEÚDO ELEITORAL EVIDENCIADO. ART. 3º-A DA RESOLUÇÃO TSE Nº 23.610/2019. PRESENÇA DE ELEMENTOS CARACTERIZADORES DE PROPAGANDA ANTECIPADA IRREGULAR. DETERMINAÇÃO A SER DIRECIONADA À EMPRESA QUE ADMINISTRA O OUTDOOR E, SUCESSIVAMENTE, AO CONTRATANTE E AO PROPRIETÁRIO DO TERRENO. **PARECER PELA CONCESSÃO PARCIAL DA SEGURANÇA.**

I – RELATÓRIO.

Cuida-se de Mandado de Segurança, com pedido de liminar, impetrado pelo DIRETÓRIO ESTADUAL DO PARTIDO DOS TRABALHADORES - PT (ID 45017842) em face de ato do Juízo da 034ª Zona Eleitoral – Pelotas/RS, consistente

Rua Otávio Francisco Caruso da Rocha, 800 - Praia de Belas - Porto Alegre/RS - CEP: 90010-395
Fone: (51) 3216-2000 – http://www.prers.mpf.mp.br/eleitoral/

em decisão, proferida nos autos nº 0600047-55.2022.6.21.0164, que indeferiu a retirada de artefato publicitário (*outdoor)* em que veiculada propaganda eleitoral antecipada e irregular do pré-candidato à Presidência da República Jair Bolsonaro.

Sustenta o impetrante que o ato questionado viola o direito do impetrante em ter assegurado, através do exercício do poder de polícia, o respeito à proibição de propaganda eleitoral irregular. Salienta que o artefato visivelmente não é um indiferente eleitoral, pois amplifica a sua imagem e celebra a sua vitória, evidenciando o apoio de uma categoria profissional ao candidato, de modo que a decisão impugnada é dissonante da jurisprudência do TSE e desse e. TRE-RS ao *afrontar o disposto nos artigos 3º-A, 20 e 26 da Resolução nº 23.610/2019 do TSE*.

Conclusos os autos ao eminente Relator, este indeferiu o pedido de concessão de medida liminar, sob o argumento de que a decisão não é, à primeira vista, ilegal ou teratológica, porquanto não haveria pedido de voto ou menção às eleições, tratando-se de *manifestação de apoio ao Presidente da República* (ID 45018683).

Prestadas as informações pelo Juízo impetrado (ID 45030556), vieram os autos a esta Procuradoria Regional Eleitoral, na forma do art. 12 da Lei nº 12.016/2009.

É o relatório.

II – FUNDAMENTAÇÃO.

II.I – Do cabimento da ação mandamental.

De acordo com o art. 54, §3º, da Resolução TSE nº 23.608/2019, *o mandado de segurança é a via jurisdicional cabível contra atos comissivos e*

Rua Otávio Francisco Caruso da Rocha, 800 - Praia de Belas - Porto Alegre/RS - CEP: 90010-395
Fone: (51) 3216-2000 – http://www.prers.mpf.mp.br/eleitoral/

omissivos praticados pela juíza ou pelo juiz eleitoral no exercício do poder de polícia. A jurisprudência desse e. TRE-RS segue a mesma linha:

> RECURSO. ELEIÇÕES 2020. REPRESENTAÇÃO. EXERCÍCIO DO PODER DE POLÍCIA. ATIVIDADE ADMINISTRATIVA E NÃO JURISDICIONAL. CABÍVEL MANDADO DE SEGURANÇA. VIA INADEQUADA. NÃO CONHECIDO.
> 1. Insurgência contra sentença que julgou procedente representação para exercício do poder de polícia. Determinada a abstenção da realização de live e a remoção de três URLs, sob pena de multa. Comando descumprido pelo recorrente, ainda que devidamente citado.
> 2. O Parquet, ao apresentar a inicial, o fez, expressamente, em provocação ao poder de polícia conferido ao Juiz Eleitoral. Os pedidos restaram deferidos pelo magistrado, mas, no entanto, as determinações não foram efetivamente atendidas pelo recorrente, que tampouco apresentou defesa no prazo oportunizado.
> 3. **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**.
> 4. Não conhecimento.
> (TRE-RS - Recurso Eleitoral n 600113- 85.2020.621.0073 - São Leopoldo/RS - Relator(a) AMADEO HENRIQUE RAMELLA BUTTELLI – Data: 25/03/2021).

Portanto, a presente impetração merece ser conhecida.

Passa-se à análise do mérito.

II.II – Do mérito.

Na origem, o DIRETÓRIO ESTADUAL DO PARTIDO DOS TRABALHADORES - PT ofereceu representação postulando ao Juízo Eleitoral da 34ª Zona Eleitoral de Pelotas que determinasse a remoção de *outdoor* contendo propaganda eleitoral extemporânea do atual Presidente da República e também pré-candidato à Presidência nas próximas eleições, fixado na BR 116, km 519,5, próximo à barragem de captação de água de Pelotas/RS.

Rua Otávio Francisco Caruso da Rocha, 800 - Praia de Belas - Porto Alegre/RS - CEP: 90010-395
Fone: (51) 3216-2000 – http://www.prers.mpf.mp.br/eleitoral/

O Juízo impetrado proferiu decisão indeferindo o requerimento de exercício do poder de polícia eleitoral formulado pelo *Parquet*. O ato judicial está, em síntese, assim fundamentado (ID 45017849, p. 21):

> O caso em tela, não configura propaganda eleitoral explícita, pois não há pedido expresso de voto e nem conteúdo eleitoral a justificar a determinação de remoção, pelo que INDEFIRO O PEDIDO DE REMOÇAÇÃO IMEDIATA DO OUTDOOR.
>
> Pois bem.
>
> Dispõe o art. 39, §8º, da Lei nº 9.504/97[1]:
>
> É vedada a propaganda eleitoral mediante **outdoors**, inclusive eletrônicos, sujeitando-se a empresa responsável, os partidos, as coligações 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). (Redação dada pela Lei nº 12.891, de 2013).

Como se vê, a lei eleitoral é explícita quanto à vedação do uso de *outdoors* – os quais, de resto, estão banidos no Brasil desde 2006, havendo razões lógicas para esse banimento, senão vejamos.

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.

[1] No mesmo sentido é a redação do art. 26, *caput*, da Resolução TSE nº 23.610/2019: *Art. 26. 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), nos termos do art. 39, § 8º, da Lei nº 9.504/1997. (Redação dada pela Resolução nº 23.671/2021)*

Rua Otávio Francisco Caruso da Rocha, 800 - Praia de Belas - Porto Alegre/RS - CEP: 90010-395
Fone: (51) 3216-2000 – http://www.prers.mpf.mp.br/eleitoral/

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.

Uma 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 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

Rua Otávio Francisco Caruso da Rocha, 800 - Praia de Belas - Porto Alegre/RS - CEP: 90010-395
Fone: (51) 3216-2000 – http://www.prers.mpf.mp.br/eleitoral/

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, § 3º, da Lei nº 9.504/97. Apesar das inovações introduzidas pela Lei nº 13.165/2015 no art. 36-A da Lei das Eleições, ainda prevalece no sistema eleitoral a regra de proibição da propaganda eleitoral antecipada.

O artigo 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 artigo 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.

Rua Otávio Francisco Caruso da Rocha, 800 - Praia de Belas - Porto Alegre/RS - CEP: 90010-395
Fone: (51) 3216-2000 – http://www.prers.mpf.mp.br/eleitoral/

Assim, o artigo 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 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. O art. 36-A da Lei nº 9.504/97 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 Lopes Zílio[2]:

> 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

[2] Direito Eleitoral. 7ª ed. Rev. Ampl. E atual. Salvador: Editora JjusPodivm, 2020, p. 401-402.

Rua Otávio Francisco Caruso da Rocha, 800 - Praia de Belas - Porto Alegre/RS - CEP: 90010-395
Fone: (51) 3216-2000 – http://www.prers.mpf.mp.br/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 – sobremodo 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.** (g.n.)

Cumpre assinalar que o Egrégio 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"[3], acabou por rever 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 CASO
> 1. 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

[3] TSE, processo: Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº 34-24, rel. Min. Jorge Mussi, DJe 8/2/2018.

Rua Otávio Francisco Caruso da Rocha, 800 - Praia de Belas - Porto Alegre/RS - CEP: 90010-395
Fone: (51) 3216-2000 – http://www.prers.mpf.mp.br/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.
> (RECURSO ESPECIAL ELEITORAL nº 060004743, Acórdão, Relator(a) Min. Sergio Silveira Banhos, Publicação: DJE - Diário da justiça eletrônica, Tomo 181, Data 01/10/2021)

Nessa linha, ao tratar da disciplina da propaganda política aplicável às **eleições de 2022**, o Tribunal Superior Eleitoral acrescentou o art. 3ª-A à Resolução TSE nº 23.610/2019, 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 instrumento proscrito no período de campanha.** (Incluído pela Resolução nº 23.671/2021) (g. n.).

Portanto, um aspecto importante a ser considerado, na esteira do entendimento jurisprudencial **e da regulamentação para as eleições de 2022**, diz

Rua Otávio Francisco Caruso da Rocha, 800 - Praia de Belas - Porto Alegre/RS - CEP: 90010-395
Fone: (51) 3216-2000 – http://www.prers.mpf.mp.br/eleitoral/

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*"[4]. 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 sob análise, além da imagem do Presidente da República, cuja pretensão de participar das eleições de 2022 disputando a reeleição é fato notório, o *outdoor* indicado pelo impetrante traz estampada a frase: "Caminhoneiros de Pelotas e Região Apoiam Bolsonaro", tendo ao fundo a bandeira do Brasil (ID 45017849, p. 4). Tais elementos possuem cunho eleitoral explícito, pois fazem referência à opção eleitoral de uma determinada categoria profissional, buscando associar o candidato à sua imagem perante a sociedade.

[4] TSE, processo: RP nº 0600191-60.2018.6.00.0000, rel. Min. Og Fernandes. Decisão proferida em 6/3/2018.

Rua Otávio Francisco Caruso da Rocha, 800 - Praia de Belas - Porto Alegre/RS - CEP: 90010-395
Fone: (51) 3216-2000 – http://www.prers.mpf.mp.br/eleitoral/

Nesse contexto, a busca por votos, mesmo disfarçada de apoio ao pretenso 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 04.07.2018, 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

Rua Otávio Francisco Caruso da Rocha, 800 - Praia de Belas - Porto Alegre/RS - CEP: 90010-395
Fone: (51) 3216-2000 – http://www.prers.mpf.mp.br/eleitoral/

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 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.

Nada obstante, o exercício do poder de polícia deve ser direcionado, inicialmente, em relação à empresa que administra o outdoor, e, sucessivamente, caso identificados, ao contratante do material de propaganda e ao proprietário do terreno em que instalado o outdoor, uma vez que não há elementos nos autos a imputar ao PL a realização da propaganda.

Na verdade, como bem salientou a decisão liminar, existe grande controvérsia no cotejo que se estabelece entre a liberdade de expressão x a propaganda eleitoral, mormente na forma antecipada, como é o caso dos autos. O

Rua Otávio Francisco Caruso da Rocha, 800 - Praia de Belas - Porto Alegre/RS - CEP: 90010-395
Fone: (51) 3216-2000 – http://www.prers.mpf.mp.br/eleitoral/

signatário, no papel que lhe cabe no entrelaçamento institucional com vistas à concretização da justiça e observância do ordenamento normativo, neste momento, inclina-se por uma visão mais restritiva das expressões visuais em outdoors.

III – CONCLUSÃO.

Diante do exposto, o Ministério Público Eleitoral manifesta-se pela concessão parcial da segurança, nos termos da fundamentação.

Porto Alegre, 16 de agosto de 2022.

Lafayete Josué Petter,
PROCURADOR REGIONAL ELEITORAL AUXILIAR.

Rua Otávio Francisco Caruso da Rocha, 800 - Praia de Belas - Porto Alegre/RS - CEP: 90010-395
Fone: (51) 3216-2000 – http://www.prers.mpf.mp.br/eleitoral/