



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

EXCELENTÍSSIMA SENHORA DESEMBARGADORA ELEITORAL RELATORA
EGRÉGIO TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO RIO GRANDE DO SUL

Recurso Eleitoral nº 0600112-81.2024.6.21.0034 (Classe 11548)

Recorrente: MARCIANO PERONDI

PELOTAS VOLTANDO A CRESCER![PL / PRD] - PELOTAS - RS
 NOVA FRENTE POPULAR

Recorrido: OS MESMOS

Relator: DES. ELEITORAL PATRICIA DA SILVEIRA OLIVEIRA

PARECER

RECURSO ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO POR PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR DIVULGADA NA INTERNET. IMPULSIONAMENTO PAGO. PROPAGANDA ELEITORAL NEGATIVA. INFRINGÊNCIA AO ART. 29 DA RES. TSE Nº 23.610/19 E AO ART. 57-C DA LEI Nº 9.504/97. PARECER PELO DESPROVIMENTO DOS RECURSOS.

Trata-se de recursos interposto por NOVA FRENTE POPULAR, MARCIANO PERONDI e PELOTAS VOLTANDO A CRESCER![PL / PRD] - PELOTAS - RS em face da sentença proferida pelo Juízo da 034ª Zona Eleitoral de Pelotas/RS, que julgou **procedente** a representação por propaganda eleitoral ajuizada pela primeira em desfavor do segundo e do terceiro para:

1. **Declarar a irregularidade** da propaganda eleitoral negativa impulsionada nas redes sociais **Instagram e Facebook**, promovida pelos representados **Coligação Pelotas Voltando a Crescer, candidato Marciano Perondi e Meta Tecnologia em**



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Softwares do Brasil Ltda.

2. **Determinar a aplicação de multa** no valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) a cada um dos representados, conforme o disposto no art. 57-C, §2º, da Lei 9.504/97, pela violação ao artigo 29, §3º, da Resolução TSE nº 23.610/2019.
3. **Proibir a veiculação de novas propagandas eleitorais impulsionadas** com teor negativo ou que visem a desqualificação de adversários, sob pena de novas sanções legais.

De acordo com a sentença, “a questão em análise diz respeito à regularidade de propagandas eleitorais impulsionadas nas redes sociais por meio de anúncios pagos que continham conteúdo negativo direcionado a adversários políticos, em especial aos candidatos **Fernando Marroni e Fernando Estima**. A legislação eleitoral, no artigo 29, §3º, da Resolução TSE nº 23.610/2019, é clara ao determinar que o impulsionamento de propaganda eleitoral deve ser utilizado exclusivamente para promover o próprio candidato ou sua agremiação, sendo vedado o uso de impulsionamento para criticar, atacar ou induzir a ideia de não voto em adversários. No caso em questão, as publicações analisadas veicularam conteúdo de caráter crítico e negativo, o que configura propaganda eleitoral irregular. O uso de fantoches e bonecos, embora não configure violação por si só, foi utilizado em um contexto de desqualificação dos adversários, caracterizando infração à norma eleitoral. (ID 45722171)

Irresignada, a Coligação NOVA FRENTE POPULAR insurge-se apenas “em face da dosimetria da punição aplicada, eis que a multa mínima, ou seja, aquela aplicável a quem realiza um único anúncio, é de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), não pode quem comete não uma, mas 35 (trinta e cinco) infrações, receber uma punição pecuniária no valor do dobro da multa mínima”. Com isso, requer a majoração da multa aplicada. (ID 45722177)



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

MARCIANO PERONDI e a Coligação PELOTAS VOLTANDO A CRESCER!, alegam que “o conteúdo veiculado nas redes sociais por meio de impulsionamento não extrapolou os limites da crítica política legítima e, tampouco, configurou propaganda eleitoral negativa. Aduzem, que “as peças publicitárias questionadas utilizam elementos de humor e sátira política, que são amplamente reconhecidos pela doutrina e jurisprudência como formas legítimas de expressão no debate público. O uso de humor, ainda que ácido, visa estimular o debate de ideias, promover a reflexão política do eleitor e destacar aspectos importantes de questões públicas. A ridicularização de ideias políticas, sem ofensas pessoais diretas, é parte do jogo democrático e não pode ser confundida com propaganda negativa. Apontam, a desproporcionalidade da penalidade aplicada, referindo que “a suspensão das publicações, associada à imposição de multa, constitui medida excessivamente gravosa, especialmente quando a conduta dos Recorrentes não causou dano ao processo eleitoral nem ofendeu a honra de qualquer candidato de forma direta”. Nesse contexto, pleiteiam a reforma da decisão para o fim de reconhecer a legalidade das propagandas eleitorais veiculadas e afastar as penalidades impostas. Subsidiariamente, “a moderação da penalidade aplicada, substituindo-a por medida menos gravosa, como a manutenção da exclusão das propagandas, ou ainda uma advertência ou multa no valor mínimo previsto pela legislação, em respeito ao princípio da proporcionalidade”. (ID 45722229)

Com contrarrazões (IDs 45722232 e 45722234), foram os autos remetidos a esse egrégio Tribunal e deles dada vista a esta Procuradoria Regional Eleitoral.

É o relatório. Passa-se à manifestação.

Não assiste razão aos *Recorrentes*. Vejamos.

Cinge-se a controvérsia à verificação da existência de conteúdo



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

negativo na propaganda eleitoral veiculada, através de impulsionamento patrocinado, nas redes sociais Facebook e Instagram.

Sobre o tema em debate, a Resolução TSE nº 23.610/19 prevê que:

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, federações, coligações, candidatas, candidatos e representantes (Lei nº 9.504/1997, art. 57-C, caput).

§ 1º É vedada, ainda que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral na internet em sítios (Lei nº 9.504/1997, art. 57- C, § 1º, I e II) :

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

II - oficiais ou hospedados por órgãos ou por 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 a(o) responsável pela divulgação da propaganda ou pelo impulsionamento de conteúdos e, quando comprovado seu prévio conhecimento, a pessoa beneficiária, 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 (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 estabelecida(o) no país e apenas com o fim de promover ou beneficiar candidatas e candidatos ou suas agremiações, vedada a realização de propaganda negativa** (Lei nº 9.504/1997, art. 57-C, § 3º) . (g.n)

Já o art. 57-C da Lei das Eleições dispõe que:

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



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

seus representantes.

§ 1ª 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.

§ 2ª 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.

§ 3ª 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.** (g.n)

Pois bem, impende referir que, da análise das publicações impulsionadas na internet, o uso de bonecos/fantoches, por si só, significa o emprego de meios publicitários destinados a criar, artificialmente, na opinião pública, estados mentais, emocionais ou passionais, não identificando, portanto, violação ao disposto no artigo 10, caput, da Resolução TSE nº 23.610/2019.

De outro lado, como bem referido pelo Ministério Público em primeiro grau:

(...) as propagandas pagas sob análise veiculam conteúdo nitidamente negativo em relação a dois outros candidatos a Prefeito de Pelotas, Fernando Marroni e Fernando Estima, dirigindo, sem mínima dúvida, críticas aos adversários, em afronta, desse modo, ao disposto no artigo 29, §3º, parte final, da Resolução TSE nº 23.610/2019.

Não se trata, pois, de censurar a crítica, que por vezes, inclusive,



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

poderá ser mais contundente. Porém, em se cuidando de propaganda impulsionada na internet, nos termos da norma acima citada, deverá ela restringir-se a promover e beneficiar candidatos.

(...)

Acrescente-se que, ao contrário do alegado na contestação do candidato e da coligação, **não há necessidade, para configuração de propaganda de conteúdo negativo, que ocorram ofensas. Basta utilizar-se o impulsionamento de conteúdo na internet para, de alguma forma, induzir a ideia de não voto no candidato adversário.**

Vale dizer: **o impulsionamento somente pode ser empregado para exaltação da própria candidatura.** (ID 45722170 - g.n.)

Nessa senda, e o entendimento do egrégio TSE, com abaixo se percebe:

REPRESENTAÇÃO. ELEIÇÕES 2022. PRESIDENTE DA REPÚBLICA. PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR.1. Representação ajuizada em desfavor do segundo colocado ao cargo de presidente da República nas Eleições 2022, de sua coligação e de seu partido político por suposta prática de propaganda irregular, haja vista o impulsionamento de conteúdo negativo na internet (art. 29, §§ 2º e 3º, da Res.-TSE 23.610/2019), a falta de menção à expressão "propaganda eleitoral" e ao CNPJ do responsável pelo impulsionamento (art. 29, § 5º), e, ainda, a ausência de prévia informação do endereço do site de campanha no registro de candidatura (art. 28, § 1º). (...).TEMA DE FUNDO. IMPULSIONAMENTO. CONTEÚDO NEGATIVO. VEDAÇÃO. ART. 29, §§ 2º E 3º, DA RES.-TSE 23.610/2019. CONFIGURAÇÃO.4. Nos termos da jurisprudência desta Corte e do art. 29 da Res.-TSE 23.610/2019, **a propaganda na internet, quando paga, somente pode ser realizada mediante impulsionamento e desde que atendidas as seguintes exigências: (a) contratação exclusiva por partidos políticos, coligações e candidatos; (b) finalidade única de promover o contratante, vedado seu uso para veicular conteúdo negativo contra adversários; (c) clara informação, ao eleitor, de que se trata dessa espécie de propaganda.** 5. Uma das modalidades de impulsionamento é a priorização paga de conteúdos em aplicações de busca na internet (art. 28, § 7º, da Res.-TSE 23.610/2019). O internauta acessa site de pesquisa (Google, Yahoo, Bing, etc) visando se informar sobre assunto de seu interesse e então é apresentado não apenas a resultados orgânicos (com base em algoritmos da plataforma), como



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

também a resultados no topo da página de busca que correspondem a anúncios publicitários pagos pelos respectivos anunciantes, relacionados ao conteúdo objeto da pesquisa. 6. O caso dos autos é sui generis. Os representados contrataram o impulsionamento de dez inserções no Google, de forma que o eleitor, ao pesquisar temas correlatos no buscador, era apresentado a anúncios como "Presidente Bolsonaro 2022. O Brasil precisa continuar a crescer. Juntos pelo bem do Brasil [...]", não havendo ilicitude neste ponto. Ato contínuo, ao clicar no anúncio, o eleitor era direcionado ao sítio eletrônico oficial da campanha dos representados. Porém, logo na parte superior desse site, com grande destaque, constava de imediato a imagem do principal adversário dos representados, com mensagens de tom negativo e referência ao site "Lulafix", onde notoriamente se divulgava conteúdo desabonador. Apenas mais abaixo é que se seguiam as matérias favoráveis ao anunciante do conteúdo pago. 7. **O foco da página inicial do site de campanha não recaiu apenas nos representados que contrataram o impulsionamento - que, reitere-se, deve ser feito apenas para promover a própria candidatura -, mas também no seu principal adversário político, em relação ao qual se veicularam conteúdos de natureza negativa, o que é proibido pelo art. 29 da Res.-TSE 23.610/2019.** 8. A hipótese revela notória burla às regras do impulsionamento, pois os representados se valeram de ardil para driblar a vedação legal e jurisprudencial, em afronta à boa-fé objetiva. Mediante subterfúgio, procuraram desviar a atenção do internauta e conduzi-lo a sítio eletrônico em que disponível vasto material propagandístico contra adversário político, ofendendo o art. 57-B, § 3º, da Lei 9.504/97, segundo o qual "é vedada a utilização de impulsionamento [...] para alterar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral, tanto próprios quanto de terceiros". 9. Nos termos do art. 29, § 2º, da Res.-TSE 23.610/2019, os responsáveis e beneficiários pelo impulsionamento irregular estão sujeitos à multa de R\$ 5.000,00 a R\$ 30.000,00 ou, ainda, "em valor equivalente ao dobro da quantia despendida, se esse cálculo superar o limite máximo da multa (Lei nº 9.504/1997, art. 57-C, § 2º)". No caso, a autora pugnou pela sanção apenas no teto de R\$ 30.000,00, sem considerar os gastos dos anúncios. 10. Fixação da multa no patamar máximo de R\$ 30.000,00 diante das seguintes circunstâncias: (a) total de dez anúncios; (b) valores gastos que corresponderam a aproximadamente R\$ 290.000,00; (c) alcance (número de exibições) de cerca de 4,4 milhões de pessoas; (d) anúncios que perduraram por quase um mês ou que foram veiculados durante o debate presidencial do 1º turno, faltando apenas dois dias para as eleições; (e) uso de manobra para conferir ar de licitude à propaganda.(...) (Tribunal Superior Eleitoral, Representação nº060176142, Acórdão, Min. Benedito Gonçalves, Publicação: DJE -



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Diário de Justiça Eletrônico, 04/10/2023.) (g.n)

Quanto à aplicação da **multa**, igualmente irretocável a decisão vergastada, porquanto proporcional à infração cometida.

Portanto, não devem prosperar as irresignações.

Ante o exposto, o **Ministério Público Eleitoral**, por seu agente signatário, manifesta-se pelo **desprovemento** dos recursos.

Porto Alegre, 19 de setembro de 2024.

JANUÁRIO PALUDO
Procurador Regional Eleitoral Auxiliar

JM