



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 nº 0600021-89.2024.6.21.0163 (Classe 11548)

Procedência: 163ª ZONA ELEITORAL DE RIO GRANDE/RS

Recorrente: FABIO DE OLIVEIRA BRANCO

Recorrido: RENATO JULIANO LIMA

Relator: DES. ELEITORAL FRANCISCO THOMAZ TELLES

P A R E C E R

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 PROVIMENTO DO RECURSO.

Trata-se de recurso interposto por FABIO DE OLIVEIRA BRANCO contra da sentença prolatada pelo Juízo da 163ª Zona Eleitoral de Rio Grande/RS, a qual julgou **improcedente** a representação por propaganda eleitoral por ele ajuizada em desfavor de RENATO JULIANO LIMA, sob o fundamento de que “quanto às palavras auferidas contra o representado, não deve a Justiça Eleitoral intervir e sim ao cidadão decidir e julgar, dando sua resposta nas urnas no dia 06/10/2024. Sendo assim, não tendo considerado as supostas palavras como "negativas", não há que se falar em impulsionamento negativo”.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Irresignado, o *recorrente alega* que “No dia 24 de setembro, foi constatado que o candidato a Prefeito Renato Lima, do Partido Novo, vem realizando impulsionamento massivo de propaganda negativa contra o candidato a Prefeito Fábio de Oliveira Branco nas redes sociais. Esse impulsionamento foi realizado de maneira a alcançar um grande número de eleitores, configurando uma prática de propaganda irregular e de impulsionamento indevido de conteúdo”. Aduz, ainda, que “A conduta observada na propaganda eleitoral do candidato, ao promover um impulsionamento massivo de propaganda negativa, claramente desrespeitou essas diretrizes, comprometendo a integridade do processo eleitoral. Diante disso, é evidente a ocorrência de propaganda negativa impulsionada, veiculada contra Fábio de Oliveira Branco, que não apenas viola a legislação eleitoral, mas também causa um prejuízo significativo à sua imagem e à sua candidatura, comprometendo a lisura do processo eleitoral e a igualdade de condições entre os candidatos. Com isso requer a reforma da decisão para que seja julgada procedente a representação. (ID 45742103)

Com contrarrazões (ID 45742107), foram os autos remetidos a esse egrégio Tribunal e deles dada vista a esta Procuradoria Regional Eleitoral.

É o relatório. Passa-se à manifestação.

Assiste razão ao *Recorrente*. Vejamos.

Cinge-se a controvérsia à verificação da existência de conteúdo negativo na propaganda eleitoral veiculada, através de impulsionamento patrocinado, na rede social Facebook.

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

Art. 28. A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

seguintes formas (Lei nº 9.504/1997, art. 57-B, I a IV) :
(...)

§ 7º-A. O impulsionamento de conteúdo em provedor de aplicação de internet somente poderá ser utilizado para promover ou beneficiar candidatura, partido político ou federação que o contrate, sendo vedado o uso do impulsionamento para propaganda negativa. [\(Incluído pela Resolução nº 23.732/2024\)](#)

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 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. (g.n.)

Pois bem, impende referir que, da análise das publicações impulsionadas na internet (prints e links extraídos da biblioteca META - ferramenta do facebook), fica claro que o Recorrido se utilizou da propaganda



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

impulsionada para prejudicar a campanha eleitoral dos adversários políticos.

Como bem referido pelo Ministério Público em primeiro grau:

Habilmente, o Representado em sua Defesa afirma a liberdade de manifestação, de externar o pensamento e de crítica, tudo com acerto. Nenhuma dúvida. A crítica é saudável, inerente ao processo democrático, e muito particularmente indissociável das disputas eleitorais. Agregou que não praticou injúria, calúnia ou difamação com a crítica.

Tudo muito acertado.

Porém, não é disso que se trata. A crítica é permitida pela Constituição Federal e, também, pela legislação eleitoral, por consequência lógica.

Todas as críticas relacionadas na representação estão dentro do espectro democrático, de liberdade de expressão e do direito de crítica.

Nem se confundem a calúnia, a difamação ou a injúria com propaganda negativa (permitida desde que não impulsionada), pois aquelas tipificações jurídicas são ilícitos por si sós, impulsionadas ou não as publicações. São situações diversas que a Defesa mescla.

E propaganda negativa pode ser feita, **desde que não desborde para a ofensa pessoal (o que não é o caso das publicações aqui tratadas, aliás). Ela não pode é ser impulsionada,** diz a legislação eleitoral.

(...)

O Representado sequer nega tenha realizado o impulsionamento dos conteúdos apontados na Representação, o que aliás está bem demonstrado na inicial. Apenas aduz que investiu pouco no impulsionamento, o que não muda a situação. (ID 45742098 - g.n.)

Com efeito, resta evidente que houve violação das normas eleitorais pois caracterizado o impulsionamento indevido de conteúdo

Nessa senda, é 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



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

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 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, reitera-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



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

impulsionamento, pois os representados se valeram de artilharia 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 - Diário de Justiça Eletrônico, 04/10/2023.) (g.n)

Portanto, deve prosperar a irresignação.

Ante o exposto, o **Ministério Público Eleitoral**, por seu agente signatário, manifesta-se pelo **provimento** do recursos

Porto Alegre, 3 de outubro de 2024.

CLAUDIO DUTRA FONTELLA
Procurador Regional Eleitoral

JM