



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

Representação n.º 0600289-79.2026.6.21.0000

Assunto: PROPAGANDA POLÍTICA – PROPAGANDA ELEITORAL –
EXTEMPORÂNEA / ANTECIPADA – OUTDOOR
Representante: FEDERAÇÃO BRASIL DA ESPERANÇA - FE BRASIL (PT/PC DO
B/PV)
Representados: MARCEL VAN HATTEM, FELIPE ZORTEA CAMOZZATO, LUIS PAULO
KAYSER, PARTIDO NOVO - RIO GRANDE DO SUL - RS - ESTADUAL
Relatora: DES. JANE MARIA KOHLER VIDAL

PARECER

REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. *OUTDOOR*. CONTEÚDO QUE ULTRAPASSA A MERA PROPAGANDA PARTIDÁRIA. EFEITOS VISUAIS QUE ASSOCIAM CANDIDATOS A SLOGAN ELEITORAL E AO NÚMERO DO PARTIDO, EM DESCONFORMIDADE COM O ART. 36 DA LEI Nº 9.504/97. CIRCUNSTÂNCIAS QUE VIOLAM A IGUALDADE DE OPORTUNIDADES EM RELAÇÃO AOS DEMAIS PRÉ-CANDIDATOS. CARACTERIZAÇÃO DA PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA PASSÍVEL DE SANCIONAMENTO. PRECEDENTE DO TSE. **PARECER PELO CONHECIMENTO E PROVIMENTO DA REPRESENTAÇÃO.**

I – RELATÓRIO.

Trata-se de representação eleitoral ajuizada pela FEDERAÇÃO BRASIL DA ESPERANÇA - FE BRASIL (PT/PC DO B/PV) em face de MARCEL VAN HATTEM, FELIPE ZORTEA CAMOZZATO, LUIS PAULO KAYSER e PARTIDO NOVO - RIO GRANDE DO SUL - RS – ESTADUAL, imputando aos representados a prática de propaganda eleitoral antecipada por meio vedado (*outdoor*).



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Narra a representante que, na data de 25.06.2026, foi identificado um *outdoor* instalado na cobertura do estabelecimento comercial “Katy Calçados”, situado na Marginal da BR-116, nº 2.929, em Novo Hamburgo/RS, *local de altíssima visibilidade e com um dos maiores fluxos de veículos e pedestres de toda a região do Vale do Sinos*, contendo as imagens dos representados MARCEL VAN HATTEM, FELIPE ZORTEA CAMOZZATO e LUIS PAULO KAYSER, respectivamente pré-candidatos a Senador, Deputado Federal e Deputado Estadual pelo PARTIDO NOVO. Relata que no canto inferior esquerdo, o *outdoor* ostenta os dizeres “FILIE-SE AO PARTIDO NOVO”, porém na sua metade direita encontram-se as fotografias dos pré-candidatos em destaque, acompanhadas de seus respectivos endereços de redes sociais, além de que grande parte da metade direita é ocupada pela frase “SEJA A TRANSFORMAÇÃO DO BRASIL”. Sustenta que a composição de tais elementos carrega mensagem de cunho nitidamente eleitoral, pois o verdadeiro conteúdo do artefato é *a apresentação coletiva dos pré-candidatos, com a clara finalidade de promover suas imagens pessoais e impulsionar seu engajamento digital, em inequívoca busca pelo voto*. Acrescenta que a natureza eleitoral da peça publicitária é *ainda corroborada pela existência de uma placa acessória em justaposição contendo o número de urna “30” do Partido Novo*. A proximidade dos artefatos *impõe que o observador estabeleça associação imediata em uma mesma tomada de visão*. A aproximação estratégica dos dois elementos visuais *elimina eventual dúvida remanescente sobre o caráter eleitoral da ação, constituindo verdadeira chave de leitura que desvenda o propósito escuso da propaganda*. Pugna pela concessão de medida liminar que determine a retirada completa do *outdoor* e da peça acessória, no prazo máximo de 24 horas, sob pena de aplicação de multa diária no valor de R\$ 5.000,00, e ao final a condenação dos representados, solidariamente, à sanção de multa no patamar máximo, nos termos do art. 39, § 8º, da Lei nº 9.504/97 ou, sucessivamente, no valor equivalente ao custo total da propaganda, se este for maior, considerando a extrema gravidade da conduta e o impacto massivo da publicidade (ID 46237989).



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Distribuído o feito nessa e. Corte, a eminente Relatora proferiu decisão monocrática concedendo parcialmente a liminar, fundada em *precedentes no sentido de que a utilização de outdoor durante a pré-campanha, quando associada a conteúdo eleitoral, é suficiente para caracterizar a propaganda antecipada passível de sanção*, por entender, *em juízo de cognição sumária, que a peça publicitária não se limita a veicular chamamento genérico à filiação partidária*. Não foi determinada, todavia, a retirada da placa acessória contendo o número do partido, porque, embora esta constitua *dado relevante para a interpretação do conjunto visual e para a caracterização do conteúdo eleitoral do outdoor principal*, trata-se de *um objeto cuja ilicitude autônoma não está, neste momento, evidenciada* (ID 46238224).

Citados, os representados ofereceram contestação (ID 46239234). Sustentam que o *outdoor* questionado veicula mensagem *sem conteúdo direta ou indiretamente relacionado à disputa eleitoral*, constituindo indiferente eleitoral, mesmo considerado o meio proscrito, como decidiu o TSE no julgamento do Agr. Reg. no Respe nº 0600065-75.2024.6.02.0054. Alegam que *a publicidade em tela constitui campanha institucional de filiação partidária lícita, sem pedido de voto, sem qualquer referência ao pleito vindouro, sem indicação de cargo eletivo e sem qualquer elemento apto a caracterizar propaganda eleitoral antecipada*. Salientam que não há vedação legal ao uso de *outdoor* para a divulgação partidária, restringindo-se a proibição à propaganda eleitoral. Argumentam que o uso das imagens dos representados decorre da liderança política por eles exercida no âmbito partidário, e que a referência às suas redes sociais não tem conotação eleitoral, senão caráter meramente informativo. Quanto à divulgação do número do partido, destacam a inexistência de justaposição dos artefatos, pois entre eles está posicionada uma placa comercial, não havendo *simultaneidade na visualização, unidade gráfica ou cromática, nem sequer continuidade da mensagem*. Afirmam que o destaque à frase de convocação à filiação partidária não corresponde a uma exigência normativa, sendo que o que



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

importa não é o percentual da área para tanto destinada, mas a finalidade da comunicação como um todo. Reforçam que a peça publicitária *busca promover o partido político arregimentando filiados*, não contendo nenhuma “palavra mágica” ou expressão que, *ainda que de forma indireta, possa ser interpretada como pedido de voto, solicitação de apoio eleitoral ou estímulo à escolha dos representados nas eleições vindouras*. Pugnam pela reconsideração da decisão liminar e, no mérito, pelo julgamento de improcedência da representação.

Indeferido o pedido de reconsideração (ID 46240547), os autos vieram a esta Procuradoria Regional Eleitoral, para análise e oferecimento de parecer.

É o relatório.

II – FUNDAMENTAÇÃO.

II.1 – Admissibilidade da representação.

As representações contra a realização de propaganda antecipada poderão ser feitas por qualquer partido político, federação de partidos, coligação, candidata e candidato, e devem dirigir-se aos tribunais regionais eleitorais nas eleições federais, estaduais e distritais, conforme estabelecido no art. 3º da Res. TSE nº 23.608/2019.

A petição inicial deverá ser subscrita por advogado ou representante do Ministério Público Eleitoral, qualificar as partes e relatar os fatos, com indicação das provas, indícios e circunstâncias, nos termos do art. 6º da Res. TSE nº 23.608/2019.

No presente caso, estão preenchidos tais requisitos de admissibilidade.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

II.II – Da propaganda irregular: propaganda antecipada, propaganda por meio vedado e propaganda partidária.

O art. 3º-A da Res. TSE nº 23.610/2019 dispõe que configura propaganda antecipada “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”.

Por outro lado, é vedada a veiculação de propaganda eleitoral por meio de *outdoor*, a teor do disposto no art. 26, *caput*, da Res. TSE nº 23.610/2019 e do art. 39, § 8º, da Lei nº 9.504/97, sob pena de multa de cinco a quinze mil reais.

A jurisprudência do TSE **adota método bifásico para aferição de propaganda antecipada, examinando inicialmente o conteúdo eleitoral da mensagem e, em seguida, a presença de (a) pedido explícito de voto; (b) uso de forma prosrita durante o período de campanha; ou (c) violação do princípio da isonomia de oportunidades entre os candidatos** (Embargos de declaração no Agravo Regimental no Agravo em Recurso Especial Eleitoral nº 0600031-36, Acórdão, Relator(a) Min. Antonio Carlos Ferreira, Publicação: DJE - Diário de Justiça Eletrônico, 16.06.2026.)

Caso não haja conteúdo eleitoral na propaganda, ou não esteja presente nenhum dos três requisitos acima mencionados, o TSE entende tratar-se de situações que não possuem finalidade eleitoral, razão pela qual são tidas como “indiferentes eleitorais”.

Evidentemente, atos que, mesmo sem menção expressa à pretensão candidatura e sem a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos, tenham potencialidade para influenciar o voto do eleitor, não podem ser considerados “indiferentes eleitorais”.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

No que diz respeito à **propaganda partidária**, esta consiste na exposição pública pelos partidos da “sua história, projetos e metas, os valores que defende, seu programa e os meios para realizá-lo”. São objetivos da propaganda partidária a difusão dos programas partidários, a transmissão de mensagens sobre sua execução, a divulgação do partido sobre temas na sociedade, **o incentivo à filiação**, o esclarecimento do papel dos partidos na democracia e a promoção da participação de grupos minoritários na política.¹

O art. 50-B, §4º, da Lei nº 9.096/94, ao tratar das inserções da propaganda partidária no rádio e na televisão, **veda a divulgação de propaganda de candidatos a cargos eletivos**, bem como toda forma de propaganda eleitoral. Referida proibição alcança, obviamente, outras formas de veiculação de propaganda partidária, conforme se depreende da resposta à Consulta nº 1.132/DF (Res. TSE nº 21.983/2005), que admitiu a realização de propaganda partidária por meio de *outdoor* **desde que esta se faça em obediência aos preceitos legais que compõem o nosso ordenamento jurídico**.

Estabelecidas essas premissas, passa-se à análise do caso concreto.

A Federação representante afirma, na petição inicial, que os representados realizaram campanha eleitoral antecipada, mediante a instalação de *outdoor* contendo *as fotografias em destaque dos pré-candidatos Marcel Van Hattem (Senador), Felipe Camozzato (Deputado Federal) e Preto Kayser (Deputado Estadual) acompanhadas de seus respectivos endereços de redes sociais (@marcelvanhattem1, @felipecamozzato2, @pretokayser3)*, e, também com grande destaque, a frase “SEJA A TRANSFORMAÇÃO DO BRASIL”. Dizem que a chamada à filiação partidária (“FILIE-SE AO NOVO”), em letras menores e

¹ Gomes, José Jairo. Direito Eleitoral. 19ª ed. Atlas, 2023, p. 110.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

na base do *outdoor*, constitui apenas "verniz de legalidade", pois o verdadeiro conteúdo do artefato é a *apresentação coletiva dos pré-candidatos, com a clara finalidade de promover suas imagens pessoais e impulsionar seu engajamento digital, em inequívoca busca pelo voto*", o que estaria corroborado pela existência, em justaposição, de uma placa acessória contendo o número de urna "30", do Partido Novo.

Os representados, por sua vez, sustentam que o conteúdo do material publicitário diz respeito apenas a propaganda partidária lícita, destinada a angariar filiados, na linha do que foi reconhecido pelo TSE em julgamento referente a *outdoor* de propaganda partidária do MDB em Alagoas (Agr. Reg. no Respe nº 0600065-75.2024.6.02.0054).

A representação deve ser julgada procedente, pelas razões seguintes.

Entende o Ministério Público que o *outdoor* em questão, instalado à margem da BR-116, em Novo Hamburgo, não se caracteriza exclusivamente como propaganda partidária, pois veicula conteúdo eleitoral, destinado a promover a candidatura de integrantes do partido. Cumpre destacar que, associado a ele, está presente um segundo artefato, consistente em uma placa de menor dimensão, com as cores do partido, seu nome e número de urna, que corrobora esta conclusão.

O conteúdo veiculado no *outdoor* é ambíguo, pois a mensagem de "transformação do Brasil", um *slogan* voltado a captar um desejo dos eleitores, tanto pode traduzir um convite à filiação partidária quanto constituir apelo ao voto nos pré-candidatos retratados na propaganda.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Por estar localizada ao lado de rodovia, a propaganda atinge sobretudo pessoas em rápido deslocamento, predominando um breve olhar sobre a imagem.

A placa de menor dimensão, que contém nome, número e cor do partido representado, atrai a atenção inicial dos usuários da rodovia, pois está afixada perpendicularmente ao sentido do fluxo dos veículos, sendo, assim, mais facilmente notada pelo campo de visão dos motoristas.

O *outdoor*, por sua vez, na atenção passageira que lhe é direcionada, não evidencia o convite para a filiação partidária, contido sem destaque visual na base do artefato, e sim a imagem dos três pré-candidatos e a frase motivacional direcionada ao eleitor.

Nessa perspectiva, tem-se que o convite à filiação partidária não possui maior relevo, seja pela sua posição na base da imagem, seja pelo tamanho de seus caracteres ou pelo pouco contraste com o fundo.

Não se trata, ao contrário do que argumentam os representados, da existência de limites ou exigências legais quanto ao espaço utilizado na peça de propaganda para definir a sua natureza jurídica, mas da compreensão sobre os efeitos que a publicidade, da forma como feita, causa no público a que está destinada. A propósito, cabe ressaltar que a placa com o número do partido, ainda que não esteja tecnicamente justaposta ao *outdoor*, cumpre, em razão dos efeitos visuais produzidos por ambos em conjunto, papel fundamental para a caracterização do conteúdo eleitoral da mensagem.

Nesse sentido, o *outdoor* informa ainda, embora sem grande destaque, os endereços das redes sociais dos pré-candidatos, em que estes podem se apresentar de modo complementar, encadeando meios de comunicação para fortalecer a propaganda eleitoral.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Conclui-se que o cerne da mensagem não é o convite à filiação, mas a identificação de pré-candidatos com a proposta política de “transformação”.

A isso se soma, como referido, a exposição do número do Partido Novo, em placa situada de modo a captar a atenção do público que transita pela rodovia. A divulgação do número de legenda não se justifica senão na veiculação de conteúdo eleitoral, uma vez que representa a forma de registro da escolha pelo eleitor na urna, sendo utilizado no início do código de todas as candidaturas vinculadas a determinado partido e para a votação na legenda.

O número da legenda não está associado ao programa partidário, às ideias e valores defendidos ou aos meios para concretizar seus projetos; consiste unicamente na forma pela qual o eleitor irá expressar sua opção nas eleições.

Outrossim, no local em que se encontra aposta a placa referida, não há notícia da existência de escritório partidário nem de outra instalação que justifique a sua presença. Portanto, impende concluir que ela está associada diretamente ao *outdoor*, indicando que a expressão do eleitor que busca “a transformação do Brasil” se dá mediante a escolha, nas urnas, do número do partido representado.

Esse é um fator que constitui relevante distinção relativamente ao precedente invocado pelos representados (Agr. Reg. no Respe nº 0600065-75.2024.6.02.0054), pois não houve, no *outdoor* instalado em Maceió, divulgação do número da legenda em conjunto com a imagem do pré-candidato.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

Por outro lado, a realização de propaganda antecipada por *outdoor*, assim caracterizada pela utilização de imagens de pré-candidatos associadas a *slogans* eleitorais, não é admitida na jurisprudência do c. TSE:

ELEIÇÕES 2024. AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. OUTDOOR. ELEMENTOS ELEITORAIS CONFIGURADOS. ALEGAÇÃO EXCLUSIVA DE DISSÍDIO JURISPRUDENCIAL. NÃO DEMONSTRAÇÃO. AUSÊNCIA DE SIMILITUDE FÁTICA. VERBETE N. 28 DA SÚMULA DO TSE. DISTINÇÃO ENTRE OS CASOS CONFRONTADOS. MANUTENÇÃO DA DECISÃO AGRAVADA. AGRAVO INTERNO A QUE SE NEGA PROVIMENTO. I. Caso em exame 1. Agravo interno interposto contra a decisão por meio da qual foi negado provimento a agravo em recurso especial formalizado em face de acórdão do Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo (TRE/SP) que, em âmbito de representação por propaganda eleitoral antecipada, deu provimento ao recurso para anular a sentença e julgar a demanda parcialmente extinta, sem a resolução do mérito e, no mais, julgá-la procedente, para aplicar aos representados - ora agravantes - multa no importe de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), com base no art. 36, § 3º, da Lei n. 9.504/1997. 2. A decisão agravada amparou-se na incidência do enunciado n. 28 da Súmula do TSE, registrando que a divergência alegada - argumento exclusivo do recurso especial - não restou comprovada, na medida em que os fatos fundamentais sob exame guardam peculiaridades que os distinguem daqueles dos quais emergiu o precedente invocado. 3. No presente recurso, os agravantes rechaçam o referido óbice sumular. Asseveram que, da própria ementa do acórdão paradigma, extrai-se entendimento claro de que a utilização de outdoor contendo apenas mensagens de felicitação, desacompanhadas de pedido explícito de votos, exaltação de qualidades pessoais ou divulgação de propostas de governo, configura hipótese de "indiferente eleitoral", não sendo apta a caracterizar propaganda eleitoral antecipada. II. Questão em discussão 4. A controvérsia consiste em verificar se está devidamente demonstrado o dissídio jurisprudencial apto a viabilizar o conhecimento do recurso especial eleitoral, à luz do verbatim n. 28 da Súmula do TSE, bem como se a conduta analisada - utilização de outdoor com imagem e slogan - configura propaganda eleitoral antecipada. III. Razões de decidir 5. Hipótese em que o acórdão recorrido reconheceu a **ocorrência de propaganda eleitoral antecipada, consubstanciada na utilização de outdoor com elementos inequivocamente eleitorais, notadamente slogan de campanha e imagem de pretenso candidato, aptos a evidenciar promoção pessoal com viés eleitoral**. Diversamente, no precedente indicado, esta Corte Superior afastou a irregularidade em hipótese que envolvia mera mensagem de felicitação, desacompanhada de slogan de campanha, sem reiteração da conduta e destituída de aptidão para influenciar a normalidade e a legitimidade do pleito. 6. A distinção fática entre os casos, portanto, é manifesta e impede o reconhecimento da alegada divergência jurisprudencial, inviabilizando



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL ELEITORAL NO RIO GRANDE DO SUL

o conhecimento do recurso especial pela alínea b do inciso I do art. 276 do Código Eleitoral. Incidência do enunciado n. 28 da Súmula do TSE. 7. Manutenção do acórdão regional, por estar em consonância com a jurisprudência desta Corte Superior quanto à caracterização de propaganda eleitoral extemporânea. IV. Dispositivo e tese 8. Agravo interno a que se nega provimento. _____ Tese de julgamento: Nos termos do verbete n. 28 da Súmula do TSE, a configuração do dissídio jurisprudencial exige demonstração da similitude fática entre os casos confrontados. Legislação relevante citada: Código Eleitoral, art. 276, I, b. Jurisprudência relevante citada: TSE, AgR-REspEI n. 0600111-23.2020.6.05.0086/BA, ministro Ricardo Lewandowski, DJe de 19 de maio de 2022. TSE, Súmula, enunciado n. 28.

Agravo Regimental no Agravo em Recurso Especial Eleitoral nº060016860, Acórdão, Relator(a) Min. Nunes Marques, Publicação: DJE - Diário de Justiça Eletrônico, 16/06/2026.

Destarte, verificando-se a realização de propaganda antecipada, inclusive mediante utilização de meio proscrito, nos termos dos artigos 36, § 3º, e 39, § 8º, da Lei nº 9.504/97, bem como prejuízo à igualdade de oportunidades em relação aos demais pré-candidatos, tem-se que deve ser julgada procedente a representação.

III – CONCLUSÃO.

Ante o exposto, opina o Ministério Público Eleitoral pelo **conhecimento e procedência** da presente representação.

Porto Alegre, data da assinatura eletrônica.

José Osmar Pumes
PROCURADOR REGIONAL ELEITORAL AUXILIAR