



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL

RECURSO ELEITORAL (11548) - 0600012-92.2020.6.17.0062 - Sertânia - PERNAMBUCO

RELATOR: Desembargador CARLOS GIL RODRIGUES FILHO

RECORRENTE: ORESTES NEVES DE ALBUQUERQUE

Advogado do(a) RECORRENTE: CELESTINO DE BARROS SOBRINHO - PE0037123

RECORRIDO: COMISSAO PROVISORIA MUNICIPAL DO PROS - PARTIDO REPUBLICANO DA ORDEM SOCIAL EM SERTANIA - PE

Advogados do(a) RECORRIDO: MARCELO CAVALCANTE PATU - PE0041323, FILIPE CARVALHO DE MORAIS - PE0043665

EMENTA

RECURSO ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL EXTEMPORÂNEA. VÍDEO. REDE SOCIAL. PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTO. UTILIZAÇÃO DE *MAGIC WORDS*. CONFIGURAÇÃO. RESPONSABILIDADE COMPROVADA. RECURSO NÃO PROVIDO

1. O art. 36-A da Lei das Eleições traz uma série de permissivos aos candidatos, ao demonstrar condutas que não são consideradas propaganda eleitoral, desde que não envolvam pedido explícito de voto, a exemplo da menção à pretensa candidatura e das qualidades pessoais dos pré-candidatos.
2. A jurisprudência da Corte Maior Eleitoral admite divulgação de pré-candidatura, de acordo com a norma de regência, inclusive nas redes sociais. (Precedentes)
3. O pedido explícito de votos, vedado por lei, diz respeito à proposição que não dê margem a outra interpretação que não seja a de que o candidato está pleiteando a votação do eleitor em seu nome. O *slogan* divulgado não se enquadra à referida hipótese.
4. Na espécie, o candidato, ao aludir à sua pré-candidatura juntamente a convite para que o eleitorado participe da mudança do município junto com ele, incorre na prática de propaganda eleitoral antecipada. Utilizou-se indubitavelmente das chamadas “magic words”.
5. O prévio conhecimento pode ser afirmado sempre que o beneficiário seja o responsável direto pela realização da propaganda ou dela participe, bem como se as circunstâncias e as peculiaridades do caso concreto revelarem a impossibilidade de o beneficiário não ter tido conhecimento da propaganda.



6. Não provimento do recurso.

ACORDAM os membros do Tribunal Regional Eleitoral de Pernambuco, por unanimidade, NEGAR PROVIMENTO AO RECURSO, nos termos do voto da Relator. Impedido o Des. Ruy Trezena Patú. Acórdão publicado em sessão.

Recife, 15/10/2020

Relator CARLOS GIL RODRIGUES FILHO



RELATÓRIO

Trata-se de recurso eleitoral interposto por ORESTES NEVES DE ALBUQUERQUE, em face de sentença proferida pelo Juízo da 62ª Zona Eleitoral (Sertânia/PE), que julgou procedente representação eleitoral proposta pelo Partido Republicano da Ordem Social - PROS em seu desfavor, condenando-o ao pagamento de multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), com base no art. 36, § 3º, da Lei nº 9.504/97.

O contexto fático recai sobre a suposta realização de propaganda eleitoral antecipada na *internet*, em rede social Facebook, no perfil do representado, cuja realização de postagem, no dia 14 de julho do corrente ano, teria ensejado a caracterização de pedido explícito de voto. O recorrente é vereador na cidade de Sertânia e, hoje, pré-candidato ao cargo de Prefeito do mesmo município.

O magistrado sentenciante destacou que a conduta do representado feriu a permissividade dos atos de pré-campanha ao compartilhar em sua rede social a postagem em comentário, na qual constaria indubitavelmente pedido explícito de votos fora do período permitido por lei para a propaganda eleitoral, quando convidou o eleitor para participar de um novo processo de mudança e disse confiar no eleitorado para mudar Sertânia, ao que seguiram as *hashtags* #VemComDoutor.

Em suas razões recursais, o Sr. Orestes aduz que não teve qualquer intenção de promover propaganda antecipada com pedido de votos, sendo o vídeo tão somente para divulgar a sua visão pessoal sobre um projeto político, estando amparada na legislação eleitoral. Alega que o vídeo não menciona partido político ou cargo pleiteado e que a utilização de algumas *hashtags* não necessariamente caracteriza propaganda antecipada. Pleiteia a reforma da sentença e suspensão da aplicação da multa imposta.

Contrarrazões sob id nº 6673611.

Instada a se manifestar, a d. Procuradoria Regional Eleitoral ofertou parecer pugnando pelo não provimento do recurso.

É o relatório.



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL
GABINETE DO DESEMBARGADOR CARLOS GIL RODRIGUES FILHO

REFERÊNCIA-TRE	: 0600012-92.2020.6.17.0062
PROCEDÊNCIA	: Sertânia - PERNAMBUCO
RELATOR	: CARLOS GIL RODRIGUES FILHO

RECORRENTE: ORESTES NEVES DE ALBUQUERQUE
RECORRIDO: COMISSAO PROVISORIA MUNICIPAL DO PROS - PARTIDO REPUBLICANO DA ORDEM SOCIAL EM SERTANIA - PE

VOTO

Conforme relatado, trata-se de recurso eleitoral interposto por ORESTES NEVES DE ALBUQUERQUE, em face de sentença proferida pelo Juízo da 62ª Zona Eleitoral (Sertânia/PE), que julgou procedente representação eleitoral proposta pelo Partido Republicano da Ordem Social - PROS em seu desfavor, condenando-o ao pagamento de multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), com base no art. 36, § 3º, da Lei nº 9.504/97.

Tempestivo o recurso, passo à análise de suas razões.

O objetivo desta demanda é analisar se dizeres em postagem na *internet*, em perfil de pré-candidato a Prefeito do município de Sertânia caracterizou propaganda eleitoral antecipada e irregular, mediante pedido explícito de votos, am afronta ao art. 36-A da Lei nº 9.504/97.

Consoante *caput* do art. 36 da Lei de Eleições, o dia 16 de agosto do ano eleitoral até o dia do pleito corresponde ao lapso temporal definido por lícito para conduzir as propagandas políticas. Diante da pandemia do COVID-19 que vivenciamos, a data de início lícito para esta divulgação passou para 27 de setembro do presente ano, conforme previsto no art. 1º, da Emenda Constitucional 107, de 02 de julho de 2020.

Em sentido complementar e reiterando o já mencionado diploma normativo, o §3º do seu art. 36, prevê que, em caso de configuração da propaganda eleitoral em período proibido, essa conduta "*sujeitará o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado o seu prévio conhecimento, o beneficiário, à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), ou ao equivalente ao custo da propaganda, se este for maior*".

Por sua vez, o art. 36-A da Lei de Eleições delimita os casos em que a propaganda política extemporânea não resta configurada. Em seu *caput*, é reconhecida a possibilidade de se fazer menção à pretensa candidatura e promover a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos, no entanto, deve ser observado o impedimento à realização de pedido explícito de voto. Nesse sentido a integralidade do dispositivo:



Art. 36-A. Não configuram propaganda eleitoral antecipada, desde que não envolvam pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos e os seguintes atos, que poderão ter cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via internet:

I – a participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, observado pelas emissoras de rádio e de televisão o dever de conferir tratamento isonômico;

II – a realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, discussão de políticas públicas, planos de governo ou alianças partidárias visando às eleições, podendo tais atividades ser divulgadas pelos instrumentos de comunicação intrapartidária;

III – a realização de prévias partidárias e a respectiva distribuição de material informativo, a divulgação dos nomes dos filiados que participarão da disputa e a realização de debates entre os pré-candidatos;

IV – a divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se faça pedido de votos;

V – a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais;

VI – a realização, a expensas de partido político, de reuniões de iniciativa da sociedade civil, de veículo ou meio de comunicação ou do próprio partido, em qualquer localidade, para divulgar ideias, objetivos e propostas partidárias.

VII – campanha de arrecadação prévia de recursos na modalidade prevista no inciso IV do § 4º do art. 23 desta Lei.

Quanto ao conceito de pedido explícito de votos, Alexandre Freire Pimentel, em sua obra Propaganda Eleitoral, Poder de Polícia e Tutela Provisória nas Eleições (Ed. Forum, 2019), discorre que, em sede doutrinária e pretoriana, há uma tentativa de distinguir entre o pedido explícito e o pedido expresso de votos, com base na teoria das palavras mágicas¹, cuja distinção das maneiras de manifestação política na propaganda eleitoral poderiam ter o mesmo efeito de um pedido explícito de voto, mesmo sem recorrer à linguagem escrita ou à verbalização para pedi-los. Detectar-se-ia o pedido de voto pela análise do uso das chamadas “*magic words*” (palavras mágicas), que, por meio de truques linguísticos ou técnicas comunicacionais sutis, são capazes de pedir votos do eleitor sem que se pronunciem as palavras contidas no clássico “vote em mim” ou “peço seu voto”.



Enfatiza, o ilustre doutrinador e ex-Corregedor Eleitoral do Tribunal Regional Eleitoral de Pernambuco que, no julgamento do Agr. No Respe nº 4346, Agr. No AI nº 924, o Tribunal Superior Eleitoral não acatou tal tese, o que nos contextualiza em um cenário em que se deve, de fato, haver um pedido claro/expresso, por parte do pré-candidato, para que o eleitor lhe destine seu voto, a fim de se considerar determinada propaganda eleitoral como irregular.

Julgados recentes da Corte Maior examinam cada caso em suas particularidades, reconhecendo como pedido explícito de votos determinadas expressões conclamatórias como “apoie” ou “elejam” numa retomada das mencionadas “magic words” (AgR-REspe 29-31, rel. Min. Luís Roberto Barroso, DJE de 3.12.2018). Há entendimento no sentido de que possam existir elementos endógenos da divulgação suficientes para transmitir de forma indubitável, o pedido de votos (AgR no AI nº 218-58, rel. Min. Edson Fachin).

Colaciono entendimento do TSE sobre a matéria:

PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. ART. 36-A DA LEI Nº 9.504/1997. PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTOS. PARCIAL PROVIMENTO.

1. Agravo interno contra decisão monocrática proferida pelo Min. Luiz Fux, relator originário do feito, que deu provimento ao agravo para analisar o recurso especial e negar-lhe seguimento, mantendo acórdão condenatório por propaganda eleitoral extemporânea.

2. O TSE reconhece dois parâmetros para afastar a caracterização de propaganda eleitoral antecipada: (i) a ausência de pedido explícito de voto; e (ii) a ausência de violação ao princípio da igualdade de oportunidades entre os candidatos. Em relação ao primeiro parâmetro, esta Corte fixou a tese de que, para a configuração de propaganda eleitoral antecipada, o pedido de votos deve ser, de fato, explícito, vedada a extração desse elemento a partir de cotejo do teor da mensagem e do contexto em que veiculada. Precedentes.

3. O pedido explícito de votos pode ser identificado pelo uso de determinadas "palavras mágicas", como, por exemplo, "apoie" e "elejam", que nos levem a concluir que o emissor está defendendo publicamente a sua vitória. No caso, é possível identificar pedido explícito de voto na fala do pré-candidato a prefeito, em que pediu "voto de confiança" nele e no pré-candidato a vereador Paulo César Batista, em reunião com moradores do Município onde pretendia concorrer ao pleito.

4. Por outro lado, não se verifica pedido explícito de voto no discurso de Max Rodrigues Lemos, prefeito à época, que se limitou a enaltecer as realizações de seu governo e demonstrar apoio ao pré-candidato Carlos de França Vilela. Na ausência de pedido explícito de votos e de qualquer mácula ao princípio da igualdade de oportunidades, as declarações encontram-se protegidas pela liberdade de expressão, não configurando propaganda eleitoral antecipada, nos termos do art. 36-A da Lei nº 9.504/1997.

5. Agravo interno a que se dá parcial provimento, apenas para afastar a condenação de Max Rodrigues Lemos pela prática de propaganda eleitoral



antecipada, mantendo, no mais, o acórdão recorrido.

(Recurso Especial Eleitoral nº 2931, Acórdão, Relator(a) Min. Luís Roberto Barroso, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Tomo 238, Data 03/12/2018, Página 97-98)

Observe-se, no caso concreto, que a propaganda impugnada consiste em postagem na rede social Facebook, em 14 de julho de 2020, no perfil do ora recorrente, no qual ele profere as seguintes palavras:

“Meu caro amigo e minha amiga de Sertânia, a mudança é um processo necessário e que faz parte de toda evolução da humanidade. Por isto neste momento convido todos vocês, para que nos conscientizemos e participemos do novo processo de mudança que Sertânia precisa. Vamos juntos construir os sonhos e as utopias. Confio em vocês, juntos comigo para Sertânia mudar. Um grande abraço”

A partir deste ponto, encontro, entre as balizas fixadas pelo TSE para a consideração da propaganda irregular, o viés eleitoral da conduta analisada. Percebe-se evidente conotação política na conduta, diante da proximidade de eventual continuidade ou troca de gestão do município de Sertânia/PE, trazida com o pleito eleitoral vindouro. Dizeres que remetam a um processo de mudança política, por parte de pré-candidato à chefia do executivo no município, não revela outra intenção que não seja a de entregar ao eleitorado a possibilidade de votar no interlocutor.

Como já inscrito em outras decisões de minha relatoria, o pedido explícito de votos não deixa margem a outras interpretações. Ele se difere do pedido expresso, cuja palavra *voto* e seus derivativos faz parte da sentença (“vote em mim” “quero seu voto”), mas não deixa dúvida ao eleitor de que o pré-candidato está a pleitear a votação em seu nome. Com essas considerações já entendi não caracterizar propaganda casos outros em que não vislumbrei configuração explícita, mas, aqui, observo, não há como afastar a irregularidade eleitoral.

Isto porque e, considerando entendimento do TSE retro colacionado, claro é que o candidato, almejando cargo na Prefeitura de município, convidar a população para participar de processo de mudança que a edilidade precisa e chamá-los a construir sonhos junto com ele incorre na prática de propaganda eleitoral antecipada e, conseqüentemente, ilícita. Utilizou-se indubitavelmente das chamadas “magic words”: “*convido todos vocês*” “*Vamos construir*” “*juntos comigo*”. Seguiu-se, ainda a hashtag #vemcomodoutor em evidente conclamação.

Em resumo, incontroverso é que o recorrente publicou vídeo em sua rede social e, por óbvio, seu conhecimento e intenção são bastante verificados durante todo o curso da publicação. O intuito de angariar votos do eleitorado com vistas a obter sucesso no pleito que se aproxima apresenta-se ainda mais forte em vista dessa publicação em rede aberta e de grande alcance. Pertinente trecho do Parecer da E. Procuradoria Regional Eleitoral nesse sentido:

“A ilicitude da conduta ganha ainda maior relevo pela publicação do vídeo na página pessoal do



pré-candidato na rede social Facebook, publicação que até momento de confecção deste parecer ainda se encontra disponível,⁹ e que na época dos fatos já contava com 1.148 visualizações, como também traz em seu bojo slogans de campanha (#InovaSertânia, #VemComDoutor) e comentários de seguidores que ilustram o caráter eleitoral da publicação”.

Sobre o tema, importante esclarecimento do TSE:

ELEIÇÕES 2016. AGRAVO INTERNO EM AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL ELEITORAL. DEPUTADO ESTADUAL. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. CONFIGURAÇÃO. ELEMENTOS CARACTERIZADORES DE PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTO. INDICAÇÃO SEGURA DE DATA DO PLEITO E PEDIDO DE APOIO PARA PRÉ-CANDIDATOS. ELEMENTOS ENDÓGENOS DA DIVULGAÇÃO SUFICIENTES PARA TRANSMITIR, DE FORMA INDUBITÁVEL, O PEDIDO DE VOTOS. VIOLAÇÃO DO ART. 36-A DA LEI N° 9.504/97. AUSÊNCIA DE IMPUGNAÇÃO DOS FUNDAMENTOS DA DECISÃO AGRAVADA. INCIDÊNCIA DA SÚMULA N° 26/TSE. AGRAVO DESPROVIDO. 1. A reiteração dos argumentos expostos nos recursos anteriores à decisão agravada, sem infirmar os fundamentos desta, atrai a aplicação da Súmula n° 26 deste Tribunal.

2. Quando se trata de afastar o exercício de propaganda eleitoral antecipada, especialmente sob o prisma da ausência de pedido explícito de votos, constata-se que a veiculação de mensagem impugnada carece de elementos informadores exógenos para que se possa aferir a sua vinculação ao pleito ou ao exercício do sufrágio.

3. **Veiculação de panfletos, do tipo revista, bem como vídeo, postado no sítio eletrônico do 'youtube', de mensagem publicitária com o seguinte teor: "(...) no dia 02 de outubro, não vão se esquecer: é Waguiinho, é Canella, vamos juntos, vem comigo" (fl.197).**

4. Dispensa que se agreguem elementos externos para que se reconheça o seu caráter eleitoral, especialmente ante o uso da marca temporal e da indicação perfeita dos componentes da chapa, na ordem em que seriam futuramente apresentados ao eleitorado.

5. Agravo interno a que se nega provimento.

(Agravo de Instrumento n° 21858, Acórdão, Relator(a) Min. Edson Fachin, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Data 07/02/2020)

O Ministro Edson Fachin nesta última decisão, em decisão, posicionou-se:

*“[...] A propósito, com o fim de enriquecer o rol de exemplos trazidos pelo eminente Ministro Admar Gonzaga, **aponto que a diferenciação entre pedido explícito e implícito de votos já foi, mutatis mutandis, incidentalmente enfrentada pela Suprema Corte norte-americana, entre outros, no paradigmático caso Buckley vs. Valeo, no qual o tribunal termina por diferenciar a propaganda eleitoral (express advocacy) das demais mensagens***



*de propagação de ideias políticas (issue advocacy), a partir da clara identificação da presença de candidatos e, principalmente, do uso de **oito expressões veiculantes das denominadas "palavras mágicas" (magic words), a saber: (i) vote em (vote for); (ii) eleja (elect); (iii) apoie (support); (iv) marque sua cédula (cast your ballot for); (v) Fulano para o Congresso (Smith for Congress); (vi) vote contra (vote against); (vii) derrote (defeat); e (viii) rejeite (reject).**"(destaque nosso)*

*Da moldura fática delineada no acórdão regional, na qual consta inclusive o teor das mensagens impugnadas, verifica-se que a decisão fustigada não admite reparos, uma vez que se constata propaganda eleitoral antecipada formulada "**de maneira clara e não subentendida**" com menção de pedido de votos à, então, pré-candidatura, transbordando os limites do art. 36-A da Lei nº 9.504/97. [...]"*

Do exposto e, em consonância com a Procuradoria Regional Eleitoral e, com fundamento no art. 36-A da Lei 9.504/1997, voto pelo não provimento do recurso e consequente manutenção da sentença *a quo*, em todos os seus termos.

É como voto, Sr. Presidente.

Recife, 15 de outubro de 2020.

Carlos Gil Rodrigues Filho
Desembargador Eleitoral

[1](#)Caso Buckley vs. Valeo, Suprema Corte dos Estados Unidos.

