



JUSTIÇA ELEITORAL
001ª ZONA ELEITORAL DE JOÃO PESSOA PB

REPRESENTAÇÃO (11541) Nº 0600062-64.2020.6.15.0001 / 001ª ZONA ELEITORAL DE JOÃO PESSOA PB
REPRESENTANTE: #-PROMOTOR ELEITORAL - 1ª ZONA ELEITORAL - JOÃO PESSOA -PB

REPRESENTADO: RAONI BARRETO MENDES
Advogado do(a) REPRESENTADO: DANIEL THADEU MOURA DUARTE DOS SANTOS - PB13160

SENTENÇA

REPRESENTAÇÃO ELEITORAL – PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA IRREGULAR – INTERNET - IMPULSIONAMENTO DE CONTEÚDO EM FASE DE PRÉ-CAMPANHA - IMPOSSIBILIDADE DE GASTO ELEITORAL NO PERÍODO - PROCEDÊNCIA DA AÇÃO.

O impulsionamento de conteúdo é permitido, de acordo com a legislação eleitoral vigente, no lapso temporal relativo à Propaganda Eleitoral, que não abrange a fase de pré-campanha, restando tal direito vedado, por conseguinte, aos interessados no pleito na condição apenas de pré-candidatos.

Cuida-se de REPRESENTAÇÃO PELA REALIZAÇÃO DE PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA IRREGULAR, mediante IMPULSIONAMENTO DE CONTEÚDO, em face de RAONI BARRETO MENDES, portador do CPF nº 031.131.454-65, proposta pelo MINISTÉRIO PÚBLICO, por seu representante legal.

Narra a inicial, em suma, que houve instauração prévia de procedimento preparatório eleitoral de diligências decorrentes de elaboração de relatório pelo setor de análise do MPPB, com pedido de quebra de sigilo telemático, objetivando analisar divulgação de propaganda eleitoral antecipada paga na internet, mediante irregular impulsionamento de conteúdo (anúncios), com natureza de gasto eleitoral sujeito a registro (artigo 26, XV, da Lei 9.504/97).

Após informações colhidas referentes às páginas e contas do FACEBOOK e INSTAGRAM do representado, relativas à contratação de anúncios



(impulsionamentos), restou confirmada a autenticidade dos respectivos conteúdos e a correspondente autoria por parte da pessoa representada, responsável direta pela divulgação pública (artigo 40-B, parte final, da Lei 9504/97), com publicação de postagens, não só com intuito de promoção pessoal e alusiva às atividades públicas próprias, mas também, de forma agrupada, de postagens referentes à pré-candidatura ao cargo de Prefeito de João Pessoa/PB.

Foram juntados documentos necessários à propositura da ação, extraídos da ação de produção antecipada de provas.

Regularmente notificado, o representado apresentou defesa, tempestivamente, alegando, em síntese, que o valor dos gastos com as postagens, referido pelo representante do Ministério Público, não é verídico, posto que, relativamente ao pleito de 2020, foi pago apenas o valor de R\$984,67 (novecentos e oitenta e quatro reais e sessenta e sete centavos). Argumentou, ainda, que não foram insertos nas postagens pedidos de votos, pois o representado fez referência, tão somente, à promoção pessoal, na qualidade de pré-candidato. Ao final, requereu que a representação seja julgada improcedente, posto que a diminuição do tempo destinado à campanha eleitoral/2020 flexibilizou as *“normas até então vigentes para permitir aos pretensos candidatos: a divulgação de suas pré-candidaturas, com exposição de suas de plataformas e projetos, bem como seus posicionamentos pessoais sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais”*.

Vieram-me os autos conclusos para sentença.

É o suficiente Relatório. Decido.

A lide cinge-se à representação por divulgação de propaganda eleitoral antecipada paga na internet, mediante irregular impulsionamento de conteúdo (anúncios), com natureza de gasto eleitoral.

Após analisar as provas colhidas por meio da ação de produção antecipada de provas, anexadas aos presentes autos, como também o teor da defesa do representado, passo a analisar a matéria de direito exposta na inicial.

Do caso sob análise, extrai-se, primeiramente, que dúvidas não subsistem acerca das divulgações realizadas pelo pré-candidato, cuja prática não é negada. Até mesmo porque, contra a prova técnica produzida, apresentada pelo FACEBOOK SERVIÇOS ONLINE DO BRASIL LTDA, não há argumentos.

Superada tal questão, passemos à divergência ente o MPE e o representado



quanto ao valor dispendido com as divulgações impulsionadas, tendo este afirmado que é inferior ao que fora apurado pelo representante do Ministério Público.

Pois bem, ainda que se subtraia do valor total, informado pelo FACEBOOK, R\$6.432,57 (seis mil, quatrocentos e trinta e dois reais e cinquenta e sete centavos), a importância paga relativamente ao processo eleitoral do ano de 2018, não se chega ao montante encontrado pelo representado: R\$984,67 (novecentos e oitenta e quatro reais e sessenta e sete centavos) (ID13756514 - Pág. 1). É que, através de simples cálculo aritmético, extraíndo-se do valor geral as importâncias registradas nas Notas Fiscais anexadas à defesa, nos valores de R\$434,16 e R\$4.064,75, respectivamente, emitidas no ano de 2018, remanesce um saldo do R\$1.933,66, e não de apenas R\$984,67 (novecentos e oitenta e quatro reais e sessenta e sete centavos), como afirma o representado.

Infere-se, portanto, que os valores dispendidos, embora não correspondam aos encontrados pelo Ministério Público, também não correspondem aos declarados pelo representado.

Tal controvérsia, entretanto, não tem o condão de afastar a ilicitude do fato, pois, o comportamento do/a representado/a configura, de forma clara, a prática de propaganda eleitoral antecipada na internet, de forma paga, mediante contratação de anúncios (impulsionamento de conteúdos), junto à plataforma FACEBOOK SERVIÇOS ONLINE DO BRASIL LTDA, em dissonância com o disposto nos artigos 28 e 29, ambos da Resolução TSE nº 23.610/2019, e artigos 57-B e 57-C, da Lei nº 9.504/97.

Imprescindível esclarecer que os pagamentos relativos às divulgações foram efetuados não só pelo representado, como também por outras pessoas naturais, com CPF's diversos.

Ultrapassada a questão dos valores gastos, passemos à análise do modo das divulgações.

É público e notório que a propaganda antecipada foi realizada por meio do sistema denominado "*inbound marketing*", que, definido de forma não sistemática, pode ser considerado como **marketing de atração**, através do qual são realizados procedimentos com o objetivo de atrair pessoas, no caso, eleitores, para o *blog* ou *site* do interessado, e, a partir dessa atração, dá-se início a um relacionamento que visa influenciar na decisão político-partidária, no caso específico dos autos.



Conforme explicação aclaratória do representante do Ministério Público:

“(...) O marketing de aproximação ou “inbound marketing” consiste na elaboração de conteúdo relevante para atrair ao ambiente virtual pretendido (site ou perfil de empresa ou pessoa), de forma intencional, os usuários da rede escolhidos como alvo. Ou seja, existe um processo estratégico de captação de usuários previamente escolhidos e segmentados pelos anúncios, a partir de conteúdos específicos que são divulgados e, de forma proposital, todos estes usuários são levados ao acesso e visualização do material produzido no espaço virtual para o qual são dirigidos. Funciona como uma “isca” de conteúdo para que as pessoas que recebem as postagens, por exemplo, sejam induzidas e manipuladas ao acesso do inteiro teor das postagens constantes nos perfis e páginas específicos. Essa a verdadeira intenção pretendida (...)”.

Indubitável a utilização dessa estratégia de **marketing** pelo representado, que culminou com o alcance de 250.924 (duzentos e cinquenta mil, novecentos e vinte e quatro) pessoas/perfis, tão somente através das contratações feitas no período compreendido entre junho a agosto de 2020.

O objetivo de tal conduta não é outro a não ser divulgar a pré-candidatura, através de estratégia de propagação de conteúdo pago na internet, com contratação de anúncios. A situação se confirma, sobretudo, quando incide um quantitativo de postagens em uma mesma plataforma (provedor de aplicação) e um mesmo perfil, com expressa referência à condição da pré-candidatura e, de forma concomitante, postagens com contratação de anúncios para atrair número significativo de usuários, justamente para acesso a propostas e ideias inerentes ao período da pré-campanha.

Como bem ressaltou o Promotor Eleitoral, não estão sendo discutidas, nesta ação, violações ao artigo 36-A, da Lei nº 9.504/97, e ao artigo 3º, da Resolução TSE 23.610/2019. Melhor esclarecendo, não há discussão acerca da configuração, ou não, de pedido explícito de votos.

A lide cinge-se, sim, à prática de propaganda eleitoral antecipada, paga na internet, mediante irregular impulsionamento de conteúdo (anúncios), com natureza de gasto eleitoral, em fase de pré-campanha. Ora, se a propaganda eleitoral não é permitida anteriormente ao período eleitoral, tampouco há que se admitir a impulsionamento.

A lei é clara ao permitir o impulsionamento de conteúdo na internet de propaganda eleitoral em fase campanha. É o que estabelecem os artigos 28 e 29 da Resolução TSE nº 23.610/2019. Vejamos:

“Art. 28. *A propaganda eleitoral na internet poderá ser realizada nas seguintes formas (Lei nº 9.504/1997, art. 57-B, I a IV)*



IV - por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas, dentre as quais aplicativos de mensagens instantâneas, cujo conteúdo seja gerado ou editado por: a) candidatos, partidos políticos ou coligações, desde que não contratem disparo em massa de conteúdo (Lei nº 9.504/1997, art. 57-J); ou b) qualquer pessoa natural, vedada a contratação de impulsionamento e de disparo em massa de conteúdo (Lei nº 9.504/1997, art. 57-J).

(...)

§ 5º A violação do disposto neste artigo sujeita o usuário responsável pelo conteúdo 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 (Lei nº 9.504/1997, art. 57-B, § 5º).

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, coligações e candidatos e seus representantes (Lei nº 9.504/1997, art. 57-C, caput) (grifei).*

(...)

§ 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 (Lei nº 9.504/1997, art. 57-C, §2º).

(...)

§ 5º. Todo impulsionamento deverá conter, de forma clara e legível, o número de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) ou o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) do responsável, além da expressão "Propaganda Eleitoral" (grifei).

Art. 37. *Para o fim desta Resolução, considera-se:*

(...)

XIV - impulsionamento de conteúdo: o mecanismo ou serviço que, mediante contratação com os provedores de aplicação de internet, potencializem o alcance e a divulgação da informação para atingir usuários que, normalmente, não teriam acesso ao seu conteúdo, incluída entre as formas de impulsionamento a priorização paga de conteúdos resultantes de aplicações de busca na internet, nos termos do art. 26, § 2º, da Lei nº 9.504/1997 (...).

A lei é clara, não permitindo interpretações dúbias, acerca da possibilidade do



impulsioneamento de conteúdo apenas no lapso temporal relativo à Propaganda Eleitoral, que não abrange a fase de pré-campanha, restando tal direito vedado, por conseguinte, aos interessados no pleito na condição apenas de pré-candidatos.

Repita-se, o impulsioneamento é previsto apenas no período de campanha propriamente dito, quando já estão autorizados os gastos eleitorais, o que não é o caso do período pré-eleitoral, quando, taxativamente, não é permitida a realização de despesas.

Tanto é verdade, que a lei dispõe de forma sistemática como o impulsioneamento deve ser realizado, de modo a ser possível a fiscalização e controle dos gastos com a propaganda eleitoral.

Sobre a questão, de forma acertada pronunciou-se o representante do Ministério Público:

“(...) Os dispositivos acima trazem preocupação uníssona e sistemática que justifica a vedação de impulsioneamento de conteúdo na internet de propaganda eleitoral em fase de pré-campanha, seja por qualquer pessoa natural na condição de eleitor, situação que se perpetua inclusive durante o período de campanha eleitoral normal, seja pelos interessados no pleito na condição de pré-candidatos e, neste caso, restrito ao período da pré-campanha apenas, já que ostentam a condição de pessoal natural, sem registro de candidatura ainda, tampouco autorizados os gastos eleitorais propriamente ditos.

*Não é à toa que a normatização autorizativa do impulsioneamento de conteúdos na internet estabelece até a necessidade de ostensiva especificação do CNPJ e de se tratar de “propaganda eleitoral”, o que impossível de ocorrer na pré-campanha. A razão de ser da consistente proibição é, por esta linha e rigor, coibir a prática de **abuso de poder econômico**, aspecto a exigir a máxima atenção do sistema regulatório para a propaganda eleitoral, porquanto serve para balizar os gastos eleitorais durante a campanha e a correspondente fonte de financiamento”.*

Entender de modo diverso é atentar contra o princípio da igualdade entre os candidatos, posto que, admitir tais divulgações, e de forma prematura, é desconsiderar o princípio da equidade entre os pré-candidatos às eleições de 2020, e, muito mais, é desconsiderar o princípio da boa-fé, que deve nortear todos os atos.

Enquanto alguns pré-candidatos, em respeito às normas vigentes, buscam se abster da prática de determinadas condutas, não se pode permitir que outros o façam, sob pena de cancelar a desigualdade de oportunidades entre os pretensos concorrentes.

Ante tais ponderações, o que se mostrou relevante discutir nestes autos, a partir da



representação ministerial, foi o alcance que o representado obteve com suas notícias, mensagens, fotografias, vídeos e demais postagens veiculadas nas redes sociais, que ganharam dimensão incalculável, sendo público e notório que as divulgações não ficam restritas a um único grupo, ou que somente sejam compartilhadas por essa ou aquela pessoa. As postagens, provavelmente, foram facilmente copiadas e repostadas por outros usuários, sem que o compartilhamento tenha sido registrado.

Por sua vez, sabe-se que compartilhamentos feitos em projeção geométrica faz com que nenhuma mensagem seja restrita. Ao contrário, todas as mensagens divulgadas nas redes sociais são potencialmente pulverizadas a um sem-número de pessoas, ganhando proporções inimagináveis, de sorte que se pode afirmar que tais divulgações produzem efeitos nas intenções de voto dos eleitores, tudo amparado, em tese, na prática do abuso do poder econômico.

Repita-se, entender de outra forma, ou seja, utilizar interpretações condescendentes, permissivas, significaria tornar letra morta os regramentos eleitorais. Ou se combate eficazmente os ilícitos em pré-campanha e campanha eleitoral, com a aplicação firme das sanções legais, ou jamais vai se lograr alcançar uma verdadeira democracia, em que a vontade do eleitor seja respeitada, sem a forja do voto inconsciente.

Tal conduta não pode, nem deve ser chancelada pela Justiça Eleitoral, que deve zelar pela lisura, seriedade e isonomia nos pleitos eleitorais.

Assim, não possui respaldo jurídico a afirmação feita pelo representado de que a mudança do calendário eleitoral, que tornou mais exíguo o lapso temporal destinado à propaganda, flexibilizou as normas eleitorais.

ISTO POSTO, JULGO PROCEDENTE A REPRESENTAÇÃO para impor em desfavor de RAONI BARRETO MENDES, portador do CPF nº 031.131.454-65, multa no valor de R\$5.000,00 (cinco mil reais), mínimo legal, por impulsionamento na pré-campanha, com fundamento no art. 57-C, §2º, da Lei 9.504/97, e artigo 29, §2º, da Resolução TSE nº 23.610/2019, c/c os artigos 57-B, §5º da Lei 9.504/97 e 28, §5º, da Resolução TSE nº 23.610/2019, extinguindo o processo, nos termos do artigo 487, I, do CPC, aplicado subsidiariamente ao processo eleitoral.

P.R.I.



Ciência ao representante do Ministério Público.

João Pessoa, na data da assinatura eletrônica.

Cláudia Evangelina Chianca ferreira de França

Juíza Eleitoral (1ª Zona)

