



## TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE MINAS GERAIS

**RECURSO ELEITORAL Nº 0600169-93.2020.6.13.0315 – JUIZ DE FORA**

**RELATOR:** JUIZ MARCELO VAZ BUENO

**RECORRENTE:** SHEILA APARECIDA PEDROSA DE MELLO

ADVOGADO: Dr. LUIZ FERNANDO SIRIMARCO JUNIOR - OAB/MG0088449

ADVOGADO: Dr. GUSTAVO HENRIQUE LEAL SANT ANA VIEIRA -  
OAB/MG0096554

**RECORRIDO:** MINISTÉRIO PÚBLICO ELEITORAL

### ACÓRDÃO PUBLICADO EM SESSÃO

**Recurso Eleitoral. Representação. Propaganda eleitoral antecipada. Publicação em perfil pessoal no *Facebook*. Link patrocinado. Procedência. Condenação ao pagamento de multa. Art. 36, §3º da Lei 9.504/97.** Divulgação de imagens e textos que exaltam as qualidades pessoais, profissionais e as convicções políticas da recorrente. Divulgação de pré-candidatura, projetos políticos realizados e que se pretende realizar. Análise do conteúdo e da forma de veiculação das publicações. Precedentes do TSE. Existência de conteúdo eleitoral nas publicações hostilizadas. Utilização de expressões indiretas. Ausente pedido explícito de voto.

Veiculação de conteúdo mediante pagamento na internet. *Link* patrocinado. Vedação quanto à forma de veiculação, contida no art. 57-C da Lei 9.504/97. Forma proscrita de propaganda durante o período oficial de campanha. Caracterizada propaganda eleitoral antecipada ilícita. Art. 36, §3º da Lei 9.504/97. Precedentes do TSE. Ainda



que não exista pedido explícito de votos, a ilicitude quanto à forma de veiculação da propaganda eleitoral antecipada faz com que ela se torne ilícita, de modo a atrair a sanção prevista o art. 36, § 3º da Lei 9.504/97.

**RECURSO A QUE SE NEGA PROVIMENTO.  
Sentença mantida por seus próprios fundamentos.**

Vistos, relatados e discutidos os autos do processo acima identificado, ACORDAM os Juízes do Tribunal Regional Eleitoral de Minas Gerais em negar provimento ao recurso, por maioria, nos termos do voto do Relator.

Belo Horizonte, 20 de outubro de 2020.

Juiz Marcelo Bueno

Relator

## RELATÓRIO

O JUIZ MARCELO BUENO – Trata-se de Recurso Eleitoral interposto por SHEILA APARECIDA PEDROSA DE MELLO em face da sentença que julgou procedente a Representação por propaganda eleitoral extemporânea, nos termos do art. 36, §3º da Lei nº 9.504/97, proposta pelo Ministério Público Eleitoral, ora recorrido, condenando-a ao pagamento de multa no importe de R\$5.000,00 (cinco mil reais).

Inconformada, a recorrente apresentou suas razões recursais (ID 15043795), defendendo, em síntese, a inexistência de propaganda eleitoral antecipada, porquanto suas postagens em rede social não encerram pedido explícito de votos. Sustenta a legalidade do ato de apresentação como pré-candidata, inclusive com pedido de apoio político-partidário e divulgação das ações políticas desenvolvidas e das que pretende desenvolver, bem como da exaltação de suas qualidades pessoais, pela *internet*, sem pedido expresso de votos, conforme o art. 36-A da Lei das Eleições. Alega que é permitida a realização de gastos no período de pré-campanha, desde que observado o “*alcance das possibilidades do pré-candidato médio*”. Defende a possibilidade de publicação de conteúdos na rede



social “*Facebook*”, por ser um meio de divulgação permitido durante a campanha eleitoral, nos termos do art. 57-C da Lei 9.504/97. Por fim, requer o provimento do recurso.

Nas contrarrazões (ID 15044095), o recorrido alega que a recorrente realizou inúmeras postagens no “*Facebook*”, de cunho eleitoral, em período vedado, de maneira onerosa. Alega que em uma das publicações em que divulga sua pré-candidatura, “*embora o texto não seja expresso e não contenha pedido explícito de voto, o apelo eleitoral é franco e deliberado, principalmente por se tratar de pré-candidatura agora confirmada, sendo evidente a intenção de influenciar na formação da vontade dos eleitores nas eleições de 2020*”. Sustenta que restou configurada propaganda eleitoral subliminar, em razão da divulgação do nome e da imagem da pré-candidata com referências elogiosas à sua pessoa. Alega ser inadmissível qualquer ato de publicidade paga no período de pré-campanha, ainda que se enquadre no permissivo do art. 36-A da Lei 9.504/97, sob pena de desequilibrar o pleito eleitoral e inviabilizar a regular prestação de contas de campanha. Rechaça a tese de “*alcance das possibilidades do pré-candidato médio*” sustentada pelo recorrente e requer, por fim, o não provimento do recurso.

A d. Procuradoria Regional Eleitoral, no parecer de ID 15078595, manifesta-se pelo provimento do recurso, ao argumento de que não restou configurada, nos autos, propaganda eleitoral antecipada.

Procuração da recorrente – ID 15043395.

É o breve relatório.

## VOTO

O JUIZ MARCELO BUENO – SHEILA APARECIDA PEDROSA DE MELLO insurge-se contra a sentença proferida pelo juízo eleitoral de primeiro grau da 315ª Zona Eleitoral de Juiz de Fora/MG, que julgou procedente a Representação por propaganda eleitoral extemporânea, apresentada pelo Ministério Público Eleitoral, com aplicação de multa pecuniária de R\$5.000,00 (cinco mil reais), nos termos do art. 36, §3º da Lei nº 9.504/97.

Inicialmente, cumpre destacar que o recurso interposto é próprio e tempestivo. Muito embora não conste nos autos certidão acerca da data da publicação da sentença, verifico que a cópia da intimação foi juntada no dia 29/09/2020 (ID 15043695). O recurso foi trazido aos autos no dia 30/09/2020, extraindo-se, portanto, a observância ao prazo recursal de um dia, previsto no art. 96, §8º da Lei 9.504/97 c/c art. 22 da Res. TSE nº 23.608/2019. Assim, presente este e os demais pressupostos de admissibilidade, conheço do recurso.



As questões trazidas a juízo cingem-se à possível configuração de propaganda eleitoral antecipada, pela publicação de 22 (vinte e duas) postagens, com suposto conteúdo eleitoral, mediante *link* patrocinado no *Facebook*, em perfil pessoal da recorrente, entre os dias 15/08/2020 e 16/09/2020, consubstanciando, em tese, afronta ao disposto no art. 36-A da Lei 9.504/97.

Segundo disposição do art. 1º, §1º, inciso IV, da Emenda Constitucional nº 107, de 02 de julho de 2020, que adiou as eleições municipais de 2020 em razão da pandemia do Covid-19, o início da propaganda eleitoral, inclusive na *internet*, dar-se-á após o dia 26 de setembro do ano corrente, sendo, portanto, extemporânea a divulgação anterior a esse marco temporal.

Ressalte-se que o art. 36-A da Lei das Eleições, incluído pela Lei 12.034/2009 e com atual redação definida pela Lei 13.165/2015, ao estabelecer condutas que não constituem propaganda eleitoral antecipada, flexibilizou o espectro de atos de pré-campanha, em homenagem à liberdade de expressão, devendo-se observar, contudo, a ausência de pedido explícito de votos e a igualdade de oportunidades entre candidatos.

Dessa forma, para que seja configurada a propaganda eleitoral antecipada, mister a presença do pedido explícito de votos, caracterizado por sua veiculação de forma ostensiva, clara, direta e não subentendida, afastando-se do alcance proibitivo as mensagens de caráter subliminar, nos termos da lei e consoante a jurisprudência atual do Tribunal Superior Eleitoral.

À propósito, destaca-se que, para fins de aferição da propaganda extemporânea, o C. TSE estabeleceu alguns parâmetros que devem ser observados, a saber:

DIREITO ELEITORAL. AGRAVO INTERNO EM RECURSO ESPECIAL ELEITORAL. ELEIÇÕES 2018. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. CARREATA. DISCURSO PÚBLICO. AUSÊNCIA DE PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTO. LIBERDADE DE EXPRESSÃO. DESPROVIMENTO.

1. Agravo interno contra decisão que conheceu do agravo nos próprios autos e deu provimento ao recurso especial eleitoral para julgar improcedente a representação por propaganda eleitoral antecipada.

2. Na análise de casos de propaganda eleitoral antecipada é necessário, em primeiro lugar, **determinar se a mensagem veiculada tem conteúdo eleitoral, isto é, relacionado com a disputa**. Ausente o conteúdo eleitoral, as mensagens constituirão "indiferentes eleitorais", estando fora do alcance da Justiça Eleitoral.

3. Reconhecido o caráter eleitoral da propaganda, deve-se observar três parâmetros alternativos para concluir pela existência de propaganda eleitoral antecipada ilícita: **(i) a presença de pedido explícito de voto; (ii) a utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda; ou (iii) a violação ao princípio da igualdade de oportunidades entre os candidatos**.



4. No caso, o Tribunal de origem concluiu que: (i) foi realizada em 05.08.2018 carreata e discurso público sem controle de entrada e saída de populares; (ii) os candidatos tinham inequívoco conhecimento dos eventos, conforme divulgação em rede social; e (iii) houve "menção à pretensa candidatura e exaltação das qualidades pessoais".

5. Não se extrai do acórdão a existência de pedido explícito de voto, nem é possível concluir que o evento atingiu grandes dimensões, tampouco que houve alto dispêndio de recursos na sua realização, ao ponto de desequilibrar a disputa. Ademais, os meios relacionados, quais sejam, carreata, discurso e divulgação em mídia social, não são vedados em período de campanha.

6. Ante a ausência de: (i) pedido explícito de votos; (ii) utilização de meios proscritos; e (iii) mácula ao princípio da igualdade de oportunidades, não se verifica a configuração de propaganda eleitoral antecipada nos termos do art. 36-A da Lei nº 9.504/1997.

7. Agravo interno a que se nega provimento.

O Tribunal, por unanimidade, negou provimento ao agravo regimental, nos termos do voto do Relator. Votaram com o Relator os Ministros Edson Fachin, Og Fernandes, Luis Felipe Salomão, Tarcisio Vieira de Carvalho Neto, Sérgio Banhos e Rosa Weber (Presidente). Composição: Ministra Rosa Weber (Presidente) e Ministros Luís Roberto Barroso, Edson Fachin, Og Fernandes, Luis Felipe Salomão, Tarcisio Vieira de Carvalho Neto e Sérgio Banhos.

(AgReg em REspe nº 060048973/MA, Acórdão de 12/12/2019, Rel. Min. Luís Roberto Barroso, DJE, Tomo 45, Data 06/03/2020, Página 90-94)

Desse precedente, extraem-se três importantes critérios ou filtros a serem observados para fins de configuração ou não da propaganda eleitoral antecipada, quais sejam: *i)* é necessário verificar se o conteúdo é eleitoral; *ii)* em caso positivo, cumpre analisar se há pedido explícito de voto; *iii)* no caso de inexistência de pedido explícito, deve-se perquirir se há forma proscrita em lei durante o período eleitoral.

A partir desses critérios, conclui-se que a análise das publicações hostilizadas deve ser realizada tanto quanto ao conteúdo, quanto à forma, para que se possa inferir sobre a caracterização ou não de propaganda eleitoral antecipada ilícita, sujeita à aplicação da sanção prevista no art. 36, §3º da Lei 9.504/97.

Pois bem. Analisando-se os documentos acostados aos autos, (ID 15042895 e ID 15042945), verificam-se publicações com imagens e mensagens de texto no próprio perfil da recorrente na rede social denominada *Facebook*, na condição de pré-candidata, valendo-se do enaltecimento de suas qualidades pessoais e profissionais, bem como da exposição de projetos políticos e opiniões sobre questões políticas.

Resta claro, portanto, que as publicações englobam conteúdo eleitoral, haja vista a divulgação de atos típicos de propaganda eleitoral, legitimados pelo art.



36-A da Lei 9.504/97, tais como: a menção à pré-candidatura ao cargo de Prefeito no pleito vindouro, a divulgação de atos realizados na qualidade de deputada estadual, bem como dos projetos políticos que se pretende desenvolver.

Identificado o caráter de propaganda eleitoral das publicações, cumpre passar, então, para o segundo filtro, consistente na aferição da existência ou não de pedido explícito de votos. Nesse ponto, cumpre ressaltar que as expressões indiretas utilizadas no texto (ID 15042895 e ID 15042945), como “*Nós temos um plano de verdade*”, “*Vamos reerguer Juiz de Fora*”, “*A resposta é sim! Sim para Juiz de Fora*”, “*Sim, sou pré-candidata à prefeitura de Juiz de Fora*”, não contém pedido expreso de votos.

Por fim, cabe aferir se há utilização de formas proscritas no período oficial de campanha. De fato, a veiculação de propaganda eleitoral paga na internet encontra vedação no art. 57-C Lei das Eleições, senão vejamos:

**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.** (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 1º É vedada, ainda que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral na internet, em sítios: (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

I - de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos; (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

II – oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

§ 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. (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 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. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017) (*destaques nossos*)

**Consta dos autos (ID 15042895 e ID 15042945), que as publicações no perfil pessoal da recorrente, em rede social, foram realizadas de forma patrocinada, mediante anúncios pagos por ela, o que é legalmente vedado no**



período regular de campanha, motivo pelo qual, também o será na pré-campanha.

Ressalte-se que as postagens em tela não consistem em impulsionamento de conteúdo na *internet*, inserido no comando permissivo do referido dispositivo legal, mas sim, de *links* patrocinados, ou seja, anúncios veiculados na internet, mediante pagamento, com o fim de dar destaque à publicação, de forma que esta seja visualizada por maior número de pessoas em relação à publicação não paga.

Assim, verifica-se que, quanto ao conteúdo, as publicações configuram propaganda de pré-campanha, porquanto tratam de matéria eleitoral, sem pedido explícito de votos.

Contudo, no que se refere à forma, não resta dúvida quanto à sua ilicitude, uma vez que a utilização da ferramenta disponível no *Facebook*, denominada *link* patrocinado, fere o art. 57-C da Lei 9.504/97, que veda a veiculação de propaganda na internet mediante pagamento.

Logo, ainda que não exista pedido explícito de votos, a ilicitude quanto à forma de veiculação da propaganda faz com que ela se torne ilícita, de modo a atrair a sanção prevista no art. 36, §3º da Lei 9.504/97.

Nesse sentido, é a jurisprudência do C. Tribunal Superior Eleitoral, se não vejamos:

AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. ELEIÇÕES 2018. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL EXTEMPORÂNEA. EVENTO. PROMOÇÃO PESSOAL. COBERTURA PAGA. INTERNET. VEDAÇÃO. ART. 57-C DA LEI 9.504/97. RESTABELECIMENTO. MULTA. PROVIMENTO. 1. A teor da jurisprudência desta Corte definida para as Eleições 2018, **caracteriza propaganda eleitoral extemporânea (arts. 36 e 36-A da Lei 9.504/97) a hipótese em que, embora inexistia pedido explícito de votos, a mensagem contenha promoção pessoal do pretense candidato e tenha sido veiculada por meio que é vedado durante a campanha.** Nesse sentido, REspe 0600227-31/PE, Rel. Min. Edson Fachin, sessão de 9/4/2019, com ressalva de entendimento deste Relator. 2. A moldura fática do aresto *a quo* revela que o agravado – eleito Deputado Estadual pelo Ceará em 2018 – promoveu evento em hotel visando em tese prestar contas de sua atuação como vereador, porém usou frases e hashtags com notória promoção pessoal e grande semelhança com o slogan da campanha. 3. Ademais, **houve cobertura paga na pela internet, circunstância não impugnada no recurso especial, a denotar afronta ao art. 57-C da Lei 9.504/97, segundo o qual "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".** 4. Havendo promoção pessoal associada ao meio vedado, **impõe-se reconhecer a propaganda extemporânea.** 5. Agravo regimental provido para restabelecer a multa de R\$ 5.000,00 cominada ao agravado. Decisão: O Tribunal, por unanimidade, deu



provimento ao agravo regimental para restabelecer a multa de R\$ 5.000,00 cominada ao agravado, nos termos do voto do Relator. Votaram com o Relator os Ministros Og Fernandes, Tarcisio Vieira de Carvalho Neto, Sérgio Banhos, Luís Roberto Barroso, Edson Fachin e Rosa Weber (Presidente). Composição: Ministra Rosa Weber (Presidente) e Ministros Luís Roberto Barroso, Edson Fachin, Jorge Mussi, Og Fernandes, Tarcisio Vieira de Carvalho Neto e Sérgio Banhos. (TSE - 0600637-95.2018.6.06.0000, RESPE - Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº 060063795 - FORTALEZA – CE, Acórdão de 17/10/2019, Relator(a) Min. Jorge Mussi, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Tomo 79, Data 27/04/2020)

**Diante dessas considerações, conclui-se pela configuração de propaganda eleitoral antecipada ilícita, em razão do uso de formas proscritas durante o período oficial de propaganda, ainda que inexista pedido explícito de votos.**

Sob outro enfoque, os custos despendidos pela recorrente visando dar destaque às publicações, mediante link patrocinado no *Facebook*, conforme mencionados pelo recorrido, podem em tese, ser questionados em eventual abuso de poder econômico e/ou político, com observância do devido processo legal e de regras específicas aplicáveis ao caso.

Por fim, entender como quer a recorrente que "*um gasto de R\$ 499,00 está inserido dentro do alcance das possibilidades do pré-candidato médio e, portanto, perfeitamente em consonância com o objetivo da inserção do art. 36-A*" viola o princípio da igualdade de oportunidades entre os candidatos.

Ante o exposto, **nego provimento** ao recurso e mantenho a sentença primeva por seus próprios fundamentos.

O JUIZ FEDERAL ITELMAR RAYDAN EVANGELISTA – Peço vista dos autos.

## EXTRATO DA ATA

Sessão de 14/10/2020

**RECURSO ELEITORAL Nº 0600169-93.2020.6.13.0315 – JUIZ DE FORA**

**RELATOR:** JUIZ MARCELO VAZ BUENO

**RECORRENTE:** SHEILA APARECIDA PEDROSA DE MELLO

**ADVOGADO:** Dr. LUIZ FERNANDO SIRIMARCO JUNIOR - OAB/MG0088449



ADVOGADO: Dr. GUSTAVO HENRIQUE LEAL SANT ANA VIEIRA -  
OAB/MG0096554  
**RECORRIDO: MINISTÉRIO PÚBLICO ELEITORAL**

Decisão: Pediu vista o Juiz Itelmar Raydan Evangelista, após o Relator negar provimento ao recurso.

Presidência do Exmo. Sr. Des. Alexandre Victor de Carvalho. Presentes os Exmos. Srs. Des. Marcos Lincoln e Juízes Cláudia Coimbra, Marcelo Bueno, Itelmar Raydan Evangelista, Patrícia Henriques e Luiz Carlos Rezende e Santos, e o Dr. Angelo Giardini de Oliveira, Procurador Regional Eleitoral

### VOTO DE VISTA

O JUIZ FEDERAL ITELMAR RAYDAN EVANGELISTA – SHEILA APARECIDA PEDROSA DE MELLO insurge-se contra a sentença proferida pelo juízo eleitoral de primeiro grau da 315ª Zona Eleitoral de Juiz de Fora/MG, que julgou procedente a Representação por propaganda eleitoral extemporânea, apresentada pelo Ministério Público Eleitoral, com aplicação de multa pecuniária de R\$5.000,00 (cinco mil reais), nos termos do art. 36, §3º da Lei nº 9.504/97.

Tratam os autos de propaganda eleitoral antecipada em razão de publicação de 22 (vinte e duas) postagens, com suposto conteúdo eleitoral, mediante *link* patrocinado no *Facebook*, em perfil pessoal da recorrente, entre os dias 15/08/2020 e 16/09/2020, consubstanciando, em tese, afronta ao disposto no art. 36-A da Lei 9.504/97.

Segundo consta da petição inicial, as postagens teriam sido patrocinadas por Sheila Aparecida Pedrosa de Mello Oliveira, ao custo de R\$1.548,00 (hum mil quinhentos e quarenta e oito reais), conforme consta na própria página eletrônica.

A veiculação de propaganda eleitoral na internet, por meio de impulsionamento, encontra regramento no art. 57-C Lei das Eleições. Vejamos:

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. [\(Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017\)](#)



§ 1º É vedada, ainda que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral na internet, em sítios: [\(Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009\)](#)

I - de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos; [\(Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009\)](#)

II – oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. [\(Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009\)](#)

§ 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. [\(Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017\)](#)

§ 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. [\(Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017\)](#) *(destaques nossos)*.

No caso, a recorrente realizou propaganda eleitoral por “link patrocinado” no facebook paga por ela mesma, como se vê dos autos.

**Link Patrocinado** é um “formato de anúncio de marketing digital em que predomina o texto, imagens são praticamente inexistentes e possuem foco em gerar visitantes e conversões para seus anunciantes. Os Links patrocinados visam, via de regra, a gerar tráfego de audiência no site de anunciantes.”

**O impulsionamento** “é um tipo de anúncio. Quando você impulsiona uma postagem na sua página no Facebook, você está destacando somente um conteúdo da página. Esse tipo de ação é uma forma de atrair a atenção de quem já compra de você ou de clientes em potencial e aumentar o alcance da sua postagem. A opção de impulsionar publicações no facebook é uma maneira simples para impactar quem já é seu fã, fazê-los ver seus conteúdos e, por consequência, ter um maior envolvimento com sua empresa, produtos e serviços, de forma paga.”

O colendo TSE considerou que “link patrocinado” viola o art. 57-C da Lei n. 9.504/97, in verbis:



0000106-96.2016.6.17.0008 - RESPE - Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº 10696 - RECIFE - PE - Acórdão de 13/11/2018. Relator(a) Min. Edson Fachin - Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Data 12/12/2018, Página 91-92

**Ementa:**

ELEIÇÕES 2016. AGRAVO REGIMENTAL NO RECURSO ESPECIAL ELEITORAL. PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR. VEICULAÇÃO DE PROPAGANDA PAGA PELO FACEBOOK. LINK PATROCINADO. DECISÃO DE ACORDO COM A JURISPRUDÊNCIA DO TSE. AGRAVO REGIMENTAL DESPROVIDO.

1. O Tribunal Superior Eleitoral, para as eleições de 2016, firmou entendimento no sentido de que a divulgação de propaganda eleitoral paga na rede social Facebook, mediante link patrocinado, configura propaganda irregular vedada pelo art. 57-C da Lei das Eleições.
2. No caso, a decisão vergastada asseverou que o Agravante veiculou propaganda eleitoral mediante ferramenta paga da internet, razão pela qual, consoante a jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral, reconheceu a configuração da propaganda eleitoral irregular.
3. Os argumentos expostos pelo Agravante não são suficientes para afastar a conclusão da decisão agravada, devendo, portanto, ser mantida.
4. Agravo regimental a que se nega provimento.

**Decisão:** O Tribunal, por unanimidade, negou provimento ao agravo regimental, nos termos do voto do Relator. Votaram com o Relator os Ministros Jorge Mussi, Og Fernandes, Admar Gonzaga, Tarcisio Vieira de Carvalho Neto, Luís Roberto Barroso e Rosa Weber (Presidente). Composição: Ministra Rosa Weber (Presidente) e Ministros Luís Roberto Barroso, Luiz Edson Fachin, Jorge Mussi, Og Fernandes, Admar Gonzaga e Tarcisio Vieira de Carvalho Neto.

ELEIÇÕES 2016. AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL IRREGULAR. CONFIGURAÇÃO. FACEBOOK. INCIDÊNCIA DO ART. 57-C DA LEI 9.504/97. RAZÕES DO AGRAVO INTERNO QUE NÃO AFASTAM OS FUNDAMENTOS DA DECISÃO IMPUGNADA. AGRAVO REGIMENTAL A QUE SE NEGA PROVIMENTO.

O art. 57-C da Lei 9.504/97 não viola o princípio constitucional da liberdade de expressão. A ferramenta denominada Página Patrocinada, do Facebook - na modalidade de propaganda eleitoral paga - desatende o disposto no art. 57-C da Lei das Eleições, sendo, pois, proibida sua utilização para divulgar mensagens que



contenham conotação eleitoral. Precedente: Rp 946-75/DF, Rel. Mm. TARCISIO VIEIRA DE CARVALHO NETO, publicado na sessão de 14.10.2014.

Na hipótese, a Corte Regional, a partir da análise do conjunto de elementos do caso em concreto, entendeu que houve propaganda eleitoral paga, porquanto EDGARD MONTEMOR FERNANDES publicou vídeo em sua página na rede social Facebook, na forma de link patrocinado (mediante pagamento ao Facebook), agradecendo aos eleitores pelo apoio durante o pleito e, ao final, pedindo votos para o candidato ORLANDO MORANDO.

3. A decisão impugnada encontra-se alicerçada em fundamentos idôneos e os argumentos do agravante não são aptos para infirmálos.

Agravo Regimental a que se nega provimento. (AgR-REspe nº 108-261SP, Rel. Mm. Napoleão Nunes Maia Filho, DJede 10.11.2017.

Quanto às postagens, conforme se vê dos documentos constantes do ID 15042895 e ID 15042945), consistem em publicações com imagens e mensagens de texto no próprio perfil da recorrente na rede social denominada *Facebook*, na condição de pré-candidata, nas quais ela enaltece suas qualidades pessoais e profissionais, bem como da exposição de projetos políticos e opiniões sobre questões políticas.

As expressões utilizadas pela recorrente no id 15042895 e ID 15042945, tais como: “*Nós temos um plano de verdade*”, “*Vamos reerguer Juiz de Fora*”, “*A resposta é sim! Sim para Juiz de Fora*”, “*Sim, sou pré-candidata à prefeitura de Juiz de Fora*”, não contém pedido expresso ou implícito de voto.

**Pelo exposto, NEGÓ PROVIMENTO AO RECURSO ELEITORAL e mantenho a sentença.**

**É como voto.**

A JUÍZA PATRICIA HENRIQUES – De acordo com o Relator.

## **VOTO DIVERGENTE**

O JUIZ REZENDE E SANTOS – Trata-se de recurso interposto de sentença que julgou procedente representação por propaganda eleitoral extemporânea ajuizada pelo MINISTÉRIO PÚBLICO ELEITORAL em desfavor de SHEILA APARECIDA PEDROSA DE MELLO, por ter promovido impulsionamento de conteúdos eleitorais na plataforma FACEBOOK para condenar Sheila Aparecida



Pedrosa de Mello Oliveira ao pagamento da multa prevista no artigo 36, § 3º, da Lei 9.504/97, fixada em R\$5.000,00.

Observa-se que a recorrente divulgou em suas redes sociais sua pré-candidatura:

SIM, SOU PRÉ-CANDIDATA À PREFEITURA DE JUIZ DE FORA Nos últimos anos, eu tive a felicidade de ter você por perto, acompanhando meu trabalho e interagindo nas redes sociais. Foram milhares de postagens com projetos, ações, opiniões e prestações de contas. Mas esse vídeo é diferente. Ele é especial em vários sentidos. E é por isso que, com muita alegria, convido a cada um de vocês a assisti-lo com bastante atenção. Algumas coisas valem para todos nós: quando se tem dedicação, o tempo nos faz mais experientes. A experiência, mais sábios. A sabedoria, mais preparados. E estando preparados nós nos tornamos aptos a transformar em realidade o que antes era apenas sonho e vontade. Tudo tem um começo. E foi a cidade que me acolheu que me levou a tomar essa decisão. A resposta é sim! Sim para Juiz de Fora!

Não percebo, no conteúdo divulgado, propaganda eleitoral antecipada, visto que a representada apenas informa sua pré-candidatura, sem menção ao número, partido que irá concorrer e nem pedido de votos.

Assim, ainda que tenha havido o impulsionamento, o fato é que a lei não proíbe tal prática.

**Por estas razões, divirjo do Relator para dar provimento ao recurso e afastar a multa aplicada, por não vislumbrar propaganda eleitoral antecipada, mas simples lançamento de pré-candidatura.**

É como voto.

O DES. MARCOS LINCOLN – Não espécie, esclareço que a forma veiculada (link patrocinado) é que está em desacordo com o § 1º do art. 57-C da Lei 9.504/97.

Com tais considerações, acompanho o voto do em. Relator e nego provimento ao recurso, para manter a sentença recorrida.

**VOTO CONVERGENTE – COM FUNDAMENTAÇÃO DIVERSA**



A JUÍZA CLÁUDIA COIMBRA – O art. 57-C da Lei 9.504, de 30/9/1997 (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.** (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 1º É vedada, ainda que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral na internet, em sítios: (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

I - de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos; (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

II - oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. (Incluído pela Lei nº 12.034, de 2009)

§ 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. (Redação dada pela Lei nº 13.488, de 2017)

§ 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. (Incluído pela Lei nº 13.488, de 2017)

Vê-se que a norma em questão veda qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na *internet*, excetuando o impulsionamento de conteúdo.

O impulsionamento de conteúdo é tratado no art. 37, XIV, da Resolução TSE. Confira-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](#),”

Sobre o impulsionamento de conteúdo somente é permitido na campanha eleitoral quando contratadas por candidatos, partidos políticos e coligações. Esta regra deve ser combinada com a contida no art. 28, IV, “b”, da Resolução TSE 23.610/2019, que dispõe:

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:

(...)

b) qualquer pessoa natural, vedada a contratação de impulsionamento e de disparo em massa de conteúdo ([Lei nº 9.504/1997, art. 57-J](#)).

Como se percebe, é vedado à pessoa natural contratar impulsionamento e disparo em massa de conteúdo. A legislação eleitoral só permite impulsionamento de conteúdo para candidato, partido ou coligação.

Partindo deste raciocínio considero que há impedimento para que um pré-candidato contrate impulsionamento de conteúdo em época de pré-campanha. Isso porque, em sendo vedada a contratação de impulsionamento de conteúdos por pessoas físicas antes do período de campanha, com ainda mais razão é proibida esta contratação no período de pré-campanha, sendo certo que o pré-candidato, no momento de pré-campanha, se enquadra no conceito de pessoa física, não podendo ser considerado candidato ainda.

Ademais, se no período de pré-campanha uma pessoa natural realiza gastos com impulsionamento de conteúdos, a igualdade de oportunidades entre os pré-candidatos pode ser afetada, uma vez que uma pessoa dotada de melhor condição financeira poderia investir em impulsionamento na rede mundial de computadores e outra não, o que pode, inclusive, ensejar a caracterização de abuso de poder econômico.

Alguns TREs e o TSE já decidiram que, a despeito da exaltação de qualidades próprias para o exercício do mandato ou divulgação de plataformas de campanha ou planos de governo, **o ilícito eleitoral é caracterizado quando o**



**veículo de manifestação ocorre pela utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda. Confirmam-se julgados:**

RECURSO ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL EXTEMPORÂNEA. FOLHETO. AÇÃO JULGADA PROCEDENTE. CONDENAÇÃO EM MULTA.

A propaganda eleitoral somente é permitida a partir do dia 15 de agosto do ano em que se realizarem eleições (art. 36, da Lei no 9.504/197).

Na atual dicção do caput do art. 36-A, da Lei no 9.504/197, dada pela Lei no 13.165/2015, não configuram propaganda eleitoral antecipada, desde que não envolvam pedido explícito de voto, a menção a pretensa candidatura e a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos.

Contudo, as propagandas **têm que se coadunar com a sistemática da Lei 9.504/197** que **veda propaganda paga antes do dia 15 de agosto**, além de exigir requisitos para a sua realização.

**Ausência de lógica** quanto a imposição de restrições no período permitido da propaganda eleitoral e **maior liberalidade no período vedado**.

O informativo distribuído, apesar de possuir conteúdo permitido, não possui amparo legal em razão da forma como foi veiculado. Propaganda eleitoral extemporânea caracterizada.

Recurso a que se nega provimento. Mantença da sentença *in totum*. (**TRE-MG**, RE n. 247-05.2016.6.13.0016, Araguari-MG, Rel. Juiz Ricardo Torres Oliveira, Ac. de 25.agosto.2016)

ELEIÇÕES 2018. (...)

1. A realização de propaganda, quando desacompanhada de pedido explícito e direto de votos, não enseja irregularidade *per se*.
2. A interpretação do sistema de propaganda eleitoral aponta ser incompatível a realização de atos de **pré-campanha que extrapolem os limites de forma e meio** impostos aos atos de campanha eleitoral, sob pena de se permitir desequilíbrio entre os competidores em razão do início precoce da campanha ou em virtude de majorada exposição em razão do uso desmedido de meios de comunicação vedados no período crítico.
3. A despeito da licitude da exaltação de qualidades próprias para o exercício de mandato ou a divulgação de plataformas de campanha ou planos de governo, resta caracterizado o ilícito eleitoral quando o veículo de manifestação se dá pela **utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda**.



4. As circunstâncias fáticas, do caso ora examinado, de maciço **uso de outdoors** em diversos Municípios e de expressa menção ao nome do candidato permitem concluir a sua ciência dos atos de pré-campanha, conforme exigência do art. 36, § 3º da Lei das Eleições.

5. A realização de atos de pré-campanha por meio de *outdoors* importa em ofensa ao art. 39, § 8º da Lei nº 9.504/97 e desafia a imposição da multa, independentemente da existência de pedido explícito de voto.

6. Recurso especial eleitoral provido.

(**TSE**, REspe n. 0600227-31.2018.6.17.0000 – RECIFE – PERNAMBUCO, Rel. Min. Edson Fachin, Sessão de 9.4.2019)

O **TSE**, apreciando hipótese de suposta propaganda antecipada no AgR AI 9-24, originado de Várzea Paulista/SP (versando sobre propaganda por meio de **placas/cartazes**), decidiu fixar diretrizes e parâmetros para a definição do que seja propaganda antecipada, oportunidade em que assentou que as mensagens com conteúdo eleitoral veiculadas na pré-campanha não podem se utilizar de “**formas proscritas durante o período oficial (outdoor, brindes)**”, como também não podem possuir “**expressão econômica minimamente relevante**”, consideradas as “possibilidades do pré-candidato médio”. Tais balizas foram reafirmadas pelo Tribunal no AgR no REspe n. 0600337-30.2018.6.17.0000, Recife-PE, Rel. Min. Admar Gonzaga, quando em questão a divulgação do nome do pré-candidato em **outdoor eletrônico**, no qual lançado apenas o nome e a foto do pré-candidato.

Igual solução foi adotada pelo TRE-MT, na Representação n. 0600249-57.2018.6.11.0000, em que veiculada propaganda eleitoral antecipada por meio de **adesivos e carreatas**.

Já na Ação Cautelar n. 0600245-20.2018.6.11.0000, o mesmo Regional assentou questão afeta ao impulsionamento de conteúdos por meio de links patrocinados em mídias sociais em período anterior à campanha eleitoral:

A rigor, sem adentrar ao mérito da caracterização de propaganda antecipada porquanto inviável definir se houve pedido explícito de votos ou abuso de poder neste juízo preliminar, entendo **vedado o impulsionamento através de link patrocinados em mídias sociais em período anterior à campanha** eleitoral. A utilização de propaganda eleitoral paga na *internet*, a meu modo de ver, somente seria permitida durante o período de campanha eleitoral (a partir de 16 de agosto do ano da eleição) e, ainda, assim condicionada à observância dos demais requisitos legais (identificação, contratação pelas pessoas legalmente autorizadas, teto de gastos, dentre outros).



**Além disso, destaco que, de acordo com informações obtidas diretamente no *site* do *Facebook*, há pequena diferença entre o impulsionamento e o anúncio pago (link patrocinado). Considero que essa questão é relevante para o desate deste feito.**

O impulsionamento ocorre por meio de uma publicação turbinada. É uma publicação que já existe na linha de tempo de uma página (não se cuida de perfil) em que se pode aplicar um orçamento para turbiná-la para um público de sua escolha. É uma forma mais simples de anunciar no Facebook. Ela aparece no *Feed* de Notícias do *Facebook* do público.

Essas publicações são diferentes de anúncios do Facebook (links patrocinados) porque elas não são criadas no Gerenciador de Anúncios da referida rede social. Para turbinar uma publicação, podem ser fornecidas três informações:

- “1. Quem deseja alcançar:** você escolherá o tipo de público que deseja alcançar
- 2. Seu orçamento máximo:** você nos dirá exatamente quanto deseja gastar durante toda a campanha
- 3. Por quanto tempo deseja veicular seu anúncio:** depois de clicar em **Turbinar** e seu anúncio ser aprovado, ele será exibido no Feed de Notícias do seu público-alvo pelo tempo que você configurou”.

Ademais, as publicações turbinadas também são consideradas anúncios, porque exigem que o orçamento seja compartilhado com um público maior. Essa é a principal semelhança delas com os anúncios do Facebook. Quando se recebe a fatura, a publicação turbinada é identificada como um anúncio.

Contudo, deve-se fazer um esclarecimento a respeito dos anúncios no Facebook. Embora as publicações turbinadas também possam ser consideradas uma forma de anúncio, os anúncios do Facebook realizados pelos chamados *Links Patrocinados* são criados no Gerenciador de Anúncios e possuem opções de personalização mais avançadas. Existem objetivos de publicidade para ajudar o anunciante a atingir metas comerciais específicas e os públicos mais importantes para ele.

Outra diferença é que uma publicação turbinada pode ser otimizada por comentários, compartilhamentos e curtidas na Página, enquanto que um anúncio do *Facebook* pode ser otimizado pelas instalações do aplicativo, conversões no site, visualizações do vídeo, pedidos na loja, dentre outras situações.

Segundo informações do *Facebook* (link <https://www.facebook.com/business/help/317083072148603>), com os anúncios o interessado pode:



**Escolher posicionamentos de anúncio diferentes:** ao turbinar uma publicação, você poderá escolher posicionar ou não seu anúncio no Instagram, no Facebook para Celular e no Feed de Notícias do desktop. Os anúncios do Facebook oferecem o benefício extra de permitir a escolha dos posicionamentos em anúncios laterais do Feed de Notícias do Facebook, em anúncios do Messenger, no Instagram Stories, no Instant Articles e no Audience Network.

**Usar objetivos de anúncio específicos:** escolher um objetivo com antecedência pode ajudar você a criar uma campanha mais alinhada às suas metas comerciais. As publicações turbinadas permitem que você se concentre em cliques no site, no engajamento com a Página e nas promoções de empresa local. Já o sistema completo de anúncios do Gerenciador de Anúncios permite escolher objetivos como tráfego para o estabelecimento, conversões e geração de cadastros. Também é possível criar e gerenciar anúncios por meio do aplicativo para celular do Gerenciador de Anúncios.

**Manter o controle criativo:** no Gerenciador de Anúncios, você pode criar anúncios do Facebook específicos para atingir suas metas. Crie anúncios em carrossel, adicione descrições específicas e inclua um botão de chamada para ação para incentivar mais pessoas do seu público a realizar ações. Estas são algumas das opções de criativo e formatação disponíveis no Gerenciador de Anúncios que não estão disponíveis ao turbinar uma publicação da Página.

**Usar recursos de direcionamento avançados:** com as publicações turbinadas, você pode definir os interesses, a idade e o gênero do seu público para direcionar o anúncio. Isso ajudará você a alcançar pessoas que provavelmente se interessariam pelo seu negócio. Com os anúncios do Facebook, você pode usar ferramentas mais avançadas para criar tipos de públicos sobrepostos, Públicos Semelhantes e muito mais.

No presente caso, o Juiz Marcelo Bueno, no seu judicioso voto, destacou que:

Consta dos autos (ID 15042895 e ID 15042945), que as publicações no perfil pessoal da recorrente, em rede social, foram realizadas de forma patrocinada, mediante anúncios pagos por ela, o que é legalmente vedado no período regular de campanha, motivo pelo qual, também o será na pré-campanha.

Ressalte-se que as postagens em tela não consistem em impulsionamento de conteúdo na internet, inserido no comando permissivo do referido dispositivo legal, mas sim, de links patrocinados, ou seja, anúncios veiculados na internet, mediante pagamento, com o fim de dar destaque à publicação, de forma que esta seja visualizada por maior número de pessoas em relação à publicação não paga.

**Apresentei as considerações acima, para concluir que, a meu juízo, tanto o impulsionamento de conteúdos decorrente de publicações turbinadas**



quanto os anúncios do *Facebook* são vedados no período de pré-campanha eleitoral.

Nesse sentido, **acompanho o Relator neste caso por vislumbrar que houve anúncio pago do Facebook com propaganda de natureza eleitoral da recorrente, o que é vedado não só pela utilização de forma proscrita com engajamento da página em período de pré-campanha, mas também em razão do emprego de recursos financeiros em período antecipado.**

Com essas considerações acompanhado o Relator e NEGO PROVIMENTO ao recurso para manter a condenação da recorrente.

### EXTRATO DA ATA

Sessão de 20/10/2020

**RECURSO ELEITORAL Nº 0600169-93.2020.6.13.0315 – JUIZ DE FORA**

**RELATOR:** JUIZ MARCELO VAZ BUENO

**RECORRENTE:** SHEILA APARECIDA PEDROSA DE MELLO

ADVOGADO: Dr. LUIZ FERNANDO SIRIMARCO JUNIOR - OAB/MG0088449

ADVOGADO: Dr. GUSTAVO HENRIQUE LEAL SANT ANA VIEIRA -

OAB/MG0096554

**RECORRIDO:** MINISTÉRIO PÚBLICO ELEITORAL

Decisão: O Tribunal negou provimento ao recurso, por maioria, nos termos do voto do Relator, vencido o Juiz Rezende e Santos.

Presidência do Exmo. Sr. Des. Alexandre Victor de Carvalho. Presentes os Exmos. Srs. Des. Marcos Lincoln e Juízes Cláudia Coimbra, Marcelo Bueno, Itelmar Raydan Evangelista, Patrícia Henriques e Luiz Carlos Rezende e Santos, e o Dr. Angelo Giardini de Oliveira, Procurador Regional Eleitoral

