



Número: **0600401-61.2018.6.27.0000**

Classe: **REPRESENTAÇÃO**

Órgão julgador colegiado: **Colegiado do Tribunal Regional Eleitoral**

Órgão julgador: **Juiz Auxiliar - Etelvina Maria Sampaio Felipe**

Última distribuição : **13/06/2018**

Valor da causa: **R\$ 0,00**

Assuntos: **Propaganda Política - Propaganda Eleitoral**

Objeto do processo: **Trata-se de REPRESENTAÇÃO C/C TUTELA DE URGÊNCIA C/PEDIDO DE DIREITO DE RESPOSTA interposta pela COLIGAÇÃO "GOVERNO DE ATITUDE" (PHS, PP, PPS, DEM, PTC, PRB, PMN) em face da COLIGAÇÃO "A VEZ DOS TOCANTINENSES" (PR, PMB, PPL, SD, PROS) e o candidato VICENTE ALVES DE OLIVEIRA, veicularem propaganda irregular (INSERÇÕES - TELEVISÃO ANHANGUERA /GLOBO - DIA 13/06/2018 às 05h43min e 10h02min), inobservando os preceitos do art. 53, § 1º da Lei 9.504/97.**

Segredo de justiça? **NÃO**

Justiça gratuita? **NÃO**

Pedido de liminar ou antecipação de tutela? **SIM**

Partes	Procurador/Terceiro vinculado
ELEICAO SUPLEMENTAR MAURO CARLESSE GOVERNADOR (REPRESENTANTE)	ANTONIO NEIVA REGO JUNIOR (ADVOGADO) JUVENAL KLAYBER COELHO (ADVOGADO) DIOGO KARLO SOUZA PRADOS (ADVOGADO) JAYNE GONCALVES DAMACENO (ADVOGADO) RAMILLA MARIANE SILVA CAVALCANTE (ADVOGADO) ADRIANO GUINZELLI (ADVOGADO)
COLIGAÇÃO "A VEZ DOS TOCANTINENSES" (REPRESENTADO)	
VICENTE ALVES DE OLIVEIRA - VICENTINHO (REPRESENTADO)	
Procuradoria Regional Eleitoral (FISCAL DA LEI)	

Documentos			
Id.	Data da Assinatura	Documento	Tipo
32046	13/06/2018 16:06	<a href="#">Decisão</a>	Decisão



TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL  
PODER JUDICIÁRIO  
TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO TOCANTINS

**REPRESENTAÇÃO (11541) - Processo nº 06003401-61.2018.6.27.0000 - Palmas - TOCANTINS**

**RELATOR: Desembargadora ETELVINA MARIA SAMPAIO FELIPE**

**REPRESENTANTE: Coligação "GOVERNO DE ATITUDE"**

**Advogado do(a) REPRESENTANTE: JUVENAL KLAYBER COELHO - GO9900**

**REPRESENTADOS: COLIGAÇÃO "A VEZ DOS TOCANTINENSES", VICENTE ALVES DE OLIVEIRA - VICENTINHO ALVES**

**DECISÃO**

**I - RELATÓRIO**

Trata-se de REPRESENTAÇÃO ELEITORAL C/C TUTELA DE URGÊNCIA interposta pela Coligação "GOVERNO DE ATITUDE", em face da Coligação "A VEZ DOS TOCANTINENSES" e VICENTE ALVES DE OLIVEIRA (ID 32013).

Narra a representante que os representados veicularam propaganda eleitoral na TELEVISÃO, na forma de inserção, às 05h43min e 10h02min, do dia 13/06/2018, na TV Anhanguera, afiliada Rede Globo no Tocantins, em afronta à legislação eleitoral, pois a propaganda "*faz parecer que o candidato e governador interino teria, em apenas 60 dias de governo, dado causa a todas as irregularidades mostradas. Os representados montaram uma narrativa, associada a imagens que induzem ao entendimento que o atual governador interino e candidato à reeleição seria um político corrupto, inadimplente, entre outros adjetivos injuriosos.*

Colaciona vídeo e transcreve a propaganda.

Assevera que o vídeo e a narração, acompanhados de trilha sonora de suspense, possuem a intenção tão somente de degradar e ridicularizar a imagem do



governador interino, candidato à reeleição, atribuindo-lhe condutas criminosas e atos negativos.

Aduz ainda que a parte representada usou o tempo integral da inserção apenas para impor propaganda negativa do adversário, em vez de se ocupar de suas proposições, pois não fez qualquer menção às propostas ou planos vinculados ao próprio candidato ao qual o tempo estava destinado.

Apresenta precedentes e legislação para corroborar as suas alegações.

Assevera que presentes os requisitos previstos no art. 300 do CPC.

Ao final, pugna pela:

1 – concessão da medida de tutela de urgência para determinar a suspensão da veiculação do citado vídeo em propaganda de inserção ou rede na TV, assim como em propaganda de rádio;

2 - procedência da representação, proibindo a veiculação de propaganda indicada, aplicando penalidade cabível ao caso.

**Em síntese o relatório. Passo a decidir.**

## **II - FUNDAMENTAÇÃO**

Passo ao exame do pedido de tutela antecipada, em que a parte representante objetiva "*a suspensão da veiculação do citado vídeo em propaganda de inserção ou rede na TV, assim como em propaganda de rádio*".

A propaganda teve o seguinte teor:

*CENA: Tela vermelha com caracteres em amarelo "O QUE DÁ PRA FAZER EM 60 DIAS?"*

*OFF Masculino: em sessenta dias da pra fazer muita coisa.*

*CENA: Varrer sujeira para de baixo do tapete.*

*OFF Masculino: Dá pra empurrar toda a sujeira pra debaixo do tapete.*

*CENA: Pessoa de terno sentada puxando a gravata com adesivo "VOTE" em amarelo e vermelho.*

*OFF Masculino: dá pra fingir que esta trabalhando e fazer campanha política.*

*CENA: Folhear um carnê de pagamento.*

*OFF Masculino: Dá pra prometer aquilo que não pode cumprir. Parcelar dividas e pagar só a primeira parcela.*

*CENA: Site G1 com título "Polícia Federal investiga liberação de emendas irregulares pelo governo do Estado"*



*OFF Masculino: Em sessenta dias dá pra saber quem é quem.*

*CENA: Site com Zoom em texto "Carlesse estaria usando a máquina pública para conseguir votos"*

*OFF Masculino: Compare e vote Vicentinho vinte e dois.*

O contexto apresenta imagens de sites com matérias jornalísticas sobre os assuntos narrados pelo locutor da propaganda.

Pois bem.

A reforma eleitoral de 2015, levada a efeito por meio da Lei nº 13.165/2015, introduziu modificações e novas disposições na Lei nº 9.504/1997, reestruturando por completo a disciplina da propaganda eleitoral.

Quanto a propaganda, o art. 54 passou por significativas alterações.

Em gravações, internas ou externas, só poderão aparecer o próprio candidato, as suas propostas (em caracteres), fotos, "jingles", clipes de campanha e indicação do número com que concorre ou do partido, como também de seus apoiadores, buscando diminuir as produções cinematográficas.

Pode-se concluir que a lei agora quer o candidato à frente das câmeras, informando suas propostas e ideias, proibindo montagens, trucagens e efeitos especiais que distorçam a realidade.

Alterou-se também a participação de apoiadores, em formato de depoimento, que não pode ocupar mais que 25% do tempo de cada programa, exatamente para que o candidato assuma e não perca o protagonismo da propaganda.

Transcrevo o dispositivo:

*Art. 54. Nos programas e inserções de rádio e televisão destinados à propaganda eleitoral gratuita de cada partido ou coligação só poderão aparecer, em gravações internas e externas, observado o disposto no § 2º, candidatos, caracteres com propostas, fotos, **jingles**, clipes com música ou vinhetas, inclusive de passagem, com indicação do número do candidato ou do partido, bem como seus apoiadores, inclusive os candidatos de que trata o § 1º do art. 53-A, que poderão dispor de até 25% (vinte e cinco por cento) do tempo de cada programa ou inserção, sendo vedadas montagens, trucagens, computação gráfica, desenhos animados e efeitos especiais. (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)*

*§ 1º No segundo turno das eleições não será permitida, nos programas de que trata este artigo, a participação de filiados a partidos que tenham formalizado o apoio a outros candidatos. (Redação dada pela Lei nº 13.165, de 2015)*

*§ 2º Será permitida a veiculação de entrevistas com o candidato e de cenas externas nas quais ele, pessoalmente, exponha: (Incluído pela Lei nº 13.165, de 2015)  
I - realizações de governo ou da administração pública; (Incluído pela Lei nº 13.165, de 2015)*



II - falhas administrativas e deficiências verificadas em obras e serviços públicos em geral; (Incluído pela Lei nº 13.165, de 2015)  
III - atos parlamentares e debates legislativos. (Incluído pela Lei nº 13.165, de 2015)

Esse arcabouço normativo trazido pela reforma eleitoral de 2015, não deixa dúvida de que se impõe aos programas de rádio e TV profunda alteração de conteúdo, exigindo que o candidato tenha propostas, projetos e argumentos para convencer o eleitor.

Quando apresento tais premissas, não tenho a ingenuidade de exigir que todos os fatos narrados ou expressões utilizadas pelos candidatos nas campanhas eleitorais sejam rigorosamente verdadeiros, ou ainda que sua propaganda seja totalmente propositiva. As críticas fazem parte do jogo político.

A jurisprudência do TSE já assentou que *“As críticas - mesmo que veementes - fazem parte do jogo eleitoral, não ensejando, por si só, o direito de resposta, desde que não ultrapassem os limites do questionamento político e não descambem nem para o insulto pessoal nem para a increpação de conduta penalmente coibida. Além, claro, da proibição de se veicular fatos sabidamente inverídicos.”* (RESPE nº 26777. Salvador/BA. Acórdão de 02/10/2006. Rel. Min. CARLOS AUGUSTO AYRES DE FREITAS BRITTO. Publicação: PSESS - Publicado em Sessão, Data 02/10/2006).

Entretanto, com a alteração legislativa de 2015, impõe-se, agora ainda mais, a propaganda propositiva e o protagonismo do candidato.

A propaganda eleitoral, tanto em bloco quanto em inserções não tem nada de gratuita, pois se os partidos não pagam diretamente pelo espaço, as empresas de comunicação podem deduzir parte dos valores de seu Imposto de Renda, ficando como se vendidos fossem. Além disso, os partidos recebem milhões de reais do Fundo Partidário.

Assim, penso que não podemos permitir que se gaste dinheiro público para propaganda eleitoral que se resume a ataques de baixo nível.

Entendo que a Justiça Eleitoral deve bem fixar as balizas dos limites da propaganda, e estabelecer que as campanhas devem ser programáticas, propositivas e que o debate pode ser ácido ou duro, mas no que diz respeito a questões programáticas e questões de políticas públicas.

E não se trata de posição pessoal, mas de entendimento encampado pelo Tribunal Superior Eleitoral, que bem sintetizou essa visão no seguinte precedente:

*“ELEIÇÕES 2014. REPRESENTAÇÃO. DIREITO DE RESPOSTA. OFENSA À HONRA. HORÁRIO ELEITORAL GRATUITO. BLOCO TELEVISIVO. MEDIDA LIMINAR. D E F E R I M E N T O .*

- 1. Nos programas eleitorais gratuitos, as campanhas devem ser programáticas e propositivas, visando ao esclarecimento do eleitor quanto a temas de interesse público.*
- 2. Não é permitido o uso do horário eleitoral gratuito para a veiculação de ofensas ou acusações a adversários, decorrentes de manifestações de terceiros ou de matérias divulgadas pela imprensa.*
- 3. Eventuais críticas e debates, ainda que duros e contundentes, devem estar*



*relacionados com as propostas, os programas de governo e as questões de políticas públicas.*

*4. Liminar deferida, por maioria, para determinar a suspensão da veiculação do trecho impugnado." (Representação nº 165865. Brasília/DF. Acórdão de 16/10/2014. Rel Min. ADMAR GONZAGA NETO. Publicação: PSESS - Publicado em Sessão, Data 16/10/2014).*

Portanto, é com essa visão e dentro dessa concepção que analiso o caso concreto.

Pois bem.

Desde o início da propaganda eleitoral no segundo turno destas Eleições Suplementares, esta relatoria já analisou pedidos de liminares em pelo menos 4 (quatro) representações (383-40 e 382-55, 285-10, 393-84) apontando inserções de propaganda integralmente negativa, sendo todas deferidas para suspender a veiculação das mesmas.

É o mesmo caso dos presentes autos.

A parte representada usou novamente o tempo integral da inserção na busca de tão somente impor uma propaganda negativa, apenas camuflando e/ou alterando a ordem das expressões utilizadas, sem qualquer menção às propostas ou planos vinculados ao próprio candidato ao qual o tempo estava destinado (sequer existiu menção ao nome deste), a despeito do que já vem reiteradamente decidindo esta Corte.

O teor do art. 54 é bastante claro no sentido de que nos programas e inserções de rádio e televisão só poderão aparecer o próprio candidato, as suas propostas (em caracteres), fotos, "jingles", clipes de campanha e indicação do número com que concorre ou do partido, como também de seus apoiadores. Nada disso apareceu na inserção.

Assim, impõe-se a concessão da suspensão da propaganda.

### III - DISPOSITIVO

Ante o exposto, **concedo a tutela de urgência** para fins de ordenar a imediata suspensão da propaganda eleitoral em epígrafe, na forma como apresentada nestes autos, inclusive propaganda de mesmo teor em rádio.

Notifique-se as emissoras cabeça de rede e as demais retransmissoras sobre a imediata suspensão da inserção, sob pena de multa de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) por inserção na televisão e R\$ 2.000,00 (dois mil reais) em rádio.

Notifiquem-se as partes representadas para, caso queiram, apresentem resposta no prazo de 2 (dois) dias, nos termos do art. 8º da Resolução TRE-TO nº 407, de 19/4/2018.

Com ou sem defesa, vista à Procuradoria Regional Eleitoral, pelo prazo de 1 (um) dia, nos termos do art. 12 da Resolução TRE-TO nº 407, de 19/4/2018.



Após, conclusos.

Intime-se a parte representante.

Cumpra-se, servindo esta decisão de mandado, no que couber.

Palmas, 13 de junho de 2018.

Desembargadora **ETELVINA MARIA SAMPAIO FELIPE**  
**Juíza Auxiliar**

