**EXCELENTÍSSIMO SENHOR JUIZ DA \_\_\_\_\_ ZONA ELEITORAL DO TOCANTINS**

MPCE

**Protocolo nº**

**Autos nº**

Cuidam os presentes autos de Representação por Propaganda Eleitoral Antecipada, impetrada pelo Partido \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ contra o pré-candidato \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, em virtude dos fatos a seguir descritos resumidamente. Em atenção ao despacho de fls.\_\_, o Ministério Público Eleitoral de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ vem, respeitosamente, manifestar-se nos termos que se seguem.

A presente Representação foi instaurada “*em razão de uma faixa colada em postes de iluminação pública na calçada da escola CEJA - Padre Joaquim Alves, em frente ao escritório de Contabilidade do XXXXXXX, pré-candidato a Prefeito de XXXX*”*,* o que, segundo o autor “*vislumbra-se uma grave incidência em propaganda extemporânea proibida gerando efeito outdoor e afixada em bem público (poste de iluminação pública)*”.

Eis a faixa em comento:

(ADICIONAR IMAGEM)

Em seu pedido, o autor instou o Juízo Eleitoral para que, além de condenar o réu às penas vinculadas à propaganda antecipada, concedesse efeito limar para que a faixa fosse retirada sob a alegativa do efeito outdoor.

Sobre a propaganda antecipada em si, importante destacar, de forma resumida, após as últimas alterações legislativas, que o TSE tem decidido que:

1) A propaganda eleitoral antecipada *“caracteriza-se apenas na hipótese de pedido explícito de voto, nos termos do art. 36-A da Lei nº 9.504/97* (AgrRg-REspe nº 4346/SE–j. 26.06.2018–Rel. Min. Jorge Mussi), o que também por ser identificado “*pelo uso de determinadas "palavras mágicas", como, por exemplo, "apoiem" e "elejam", que nos levem a concluir que o emissor está defendendo publicamente a sua vitória”* (AgRg-REspenº2931/RJ–j. 30.10.2018–Rel. Min. Luís Roberto Barroso).

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”(REspe nº 0600227-31/PE–j. 09.04.2019–Rel. Min. Edson Fachin).

Outrossim, além dos aludidos limites de conteúdo e de forma, destaca-se que o TSE – a partir de critérios estabelecidos no voto do Ministro Luiz Fux(AgRg-AI nº 924/SP - j. 26.06.2018 – Rel. Min. Tarcisio Vieira de Carvalho Neto) – pontuou que o limite de custos nos atos de pré-campanha deve “*respeito ao alcance das possibilidades do pré-candidato médio”*– sugerindo, assim, a necessidade de essa questão ser analisada em cada caso concreto.

De acordo com o voto do Ministro Luiz Fux: […] Vistos em conjunto, esses critérios, caso aceitos, ensejam o seguinte quadro:

a) o pedido explícito de votos, entendido em termos restritos caracteriza a realização de propaganda antecipada irregular independentemente da forma utilizada ou da existência de dispêndio de recursos;

b) os atos publicitários não eleitorais, assim entendidos aqueles sem qualquer conteúdo direta ou indiretamente relacionados com a disputa, consistem em “indiferentes eleitorais”, situando-se, portanto, fora da alçada desta Justiça Especializada; e

c) o uso de elementos classicamente reconhecidos como caracterizadores de propaganda desacompanhado de pedido explícito de votos, não ensejam irregularidade per se, todavia a opção de qualidades próprias para o exercício de mandato, assim como a divulgação de plataformas de campanha ou planos de governo acarreta, sobretudo quando a forma de manifestação possua uma expressão econômica minimamente relevante, os seguintes ônus e exigências: i) impossibilidade de utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda (outdoor, brindes, etc); e ii) respeito ao alcance das possibilidades do pré-candidato médio.

Desse modo, em síntese, a tendência atual do TSE é restringir os atos de pré-campanha por limites de conteúdo (vedação do pedido explícito de voto e das “palavras mágicas” equivalentes) e forma (vetando atos de pré-campanha por formasproibidas de propaganda na campanha eleitoral), apontando uma tendência de análise, caso a caso, do limite de custo (especificamente quando a forma de pré-campanha extrapolar o *“limite do candidato médio”*).

É sabido que a outdoor (ou similares) é vedado para uso de propaganda eleitoral tanto na campanha quanto na pré-campanha, mas não é o que se verifica na faixa objeto desta Representação (Art. 26, Resolução TSE 23.610/2019).

Mesmo que aquele meio publicitário apresente-se com medidas suficientes para caracterizar o efeito Outdoor, para que haja irregularidade eleitoral, é necessário que haja propaganda inequivocamente eleitoral também.

Nos dizeres contidos na faixa em questão, como bem salientou o MM. Juiz em sua decisão de fls. \_\_\_, ao negar o pedido liminar feito na inicial, “*não há referência a nome de pessoa em específico, cargo e nem pedido de voto*”, nem qualquer menção simbólica (número ou cores) de vinculação partidária.

Assim, verifica-se, sem maiores delongas, que não está perfeitamente caracterizada a infração à legislação de regência pelo representado.

Ante o exposto, o **Ministério Público Eleitoral manifesta-se pelo INDEFERIMENTO dos pedidos, para que, ao final, seja julgada IMPROCEDENTE** a presente representação.

Local e data.

**Promotor(a) Eleitoral**