



TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL

RECURSO ESPECIAL ELEITORAL Nº 0600379-76 – PJE – CLASSE 32
– MANAUS – AMAZONAS

RELATOR : MINISTRO JORGE MUSSI
RECORRENTE : REBECCA MARTINS GARCIA
ADVOGADOS : ANTONIO JOSE BATISTA NOGUEIRA E OUTROS
RECORRIDO : MINISTÉRIO PÚBLICO ELEITORAL

RECURSO ESPECIAL. ELEIÇÕES 2014 (RENOVAÇÃO DO PLEITO). GOVERNADOR. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL PAGA. INTERNET. LINK PATROCINADO. FACEBOOK. PRÉVIO CONHECIMENTO. BENEFICIÁRIO. AUSÊNCIA. PROVIMENTO.

1. A teor do art. 57-C, *caput* e § 2º, da Lei 9.504/97 (com texto anterior à Lei 13.488/2017), a veiculação de propaganda paga na internet sujeita o candidato beneficiário, se demonstrado seu prévio conhecimento, à pena de multa de R\$ 5.000,00 a R\$ 30.000,00.
2. Nos termos do art. 40-B, parágrafo único, do mesmo diploma, o prévio conhecimento pode ser comprovado a partir das circunstâncias do caso, a evidenciar a impossibilidade de o beneficiário não ter tido ciência anterior da propaganda.
3. Na espécie, a mera circunstância de apoiador político publicar *post* na sua página da rede social *facebook* com as mesmas *hashtags* da campanha da recorrente não permite, de forma automática e por si só, concluir que ela tinha ciência prévia acerca do conteúdo da publicação, acessível apenas pelos seguidores daquele usuário ou mediante compartilhamento com terceiros.
4. Recurso especial provido para afastar a multa imposta à recorrente.

DECISÃO

Trata-se de recurso especial interposto por Rebecca Martins Garcia, candidata ao cargo de governador do Estado do Amazonas¹, contra acórdão do TRE/AM assim ementado:

REPRESENTAÇÃO. IMPULSIONAMENTO PAGO DE MATÉRIA COM CUNHO ELEITORAL. REDE SOCIAL FACEBOOK. VEDAÇÃO LEGAL. USO DE HASHTAGS SEMELHANTES ÀS DE CAMPANHA. CONHECIMENTO DO BENEFICIÁRIO. DESPROVIMENTO DO RECURSO.

¹ Eleição realizada em 2017, por força do art. 224 do Código Eleitoral, em virtude da cassação do Governador e do Vice-Governador eleitos em 2014.

1. A postagem de mensagem em período eleitoral com pedido expresse de votos, ainda que advinda de agente público, caracteriza propaganda eleitoral, sujeitando-se às limitações previstas na legislação, especialmente quanto à vedação ao impulsionamento pago.
2. O uso de *hashtags* semelhantes às da campanha eleitoral permite rápida localização e acompanhamento pelo beneficiário, o que caracteriza seu prévio conhecimento, sujeitando-o à aplicação da multa prevista no § 2º do art. 23 da Res. TSE nº 23.457/2015.
3. O alcance da postagem devidamente comprovado nos autos é causa suficiente para majorar a multa pela utilização do impulsionamento pago de postagem em rede social.
4. Recurso conhecido e desprovido.

Na origem, o Ministério Público ajuizou representação em desfavor da recorrente e de Adail José Figueiredo Pinheiro – Prefeito de Coari/AM – por suposta prática de propaganda paga na internet, por meio de anúncio patrocinado na rede social *facebook*, em contrariedade ao art. 57-C da Lei 9.504/07².

Aduziu, em suma, que Adail José Figueiredo Pinheiro publicou em sua página na referida rede social, em 27/7/2017, postagem paga pedindo votos em favor da recorrente, usando, ainda, as *hashtags*³ da campanha, tendo havido 4.500 “curtidas” e 172 compartilhamentos.

O Juiz Auxiliar da propaganda no âmbito do TRE/AM julgou procedente o pedido para impor a Adail José Figueiredo Pinheiro multa de R\$ 30.000,00.

O *Parquet* opôs embargos declaratórios, acolhidos para estender a multa à recorrente.

² Redação anterior à Lei 13.488/2017:

Art. 57-C. Na internet, é vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga.

[...]

§ 2º A violação do disposto neste artigo sujeita o responsável pela divulgação da propaganda 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).

³ Conforme se extrai do sítio do *facebook*, as *hashtags* (representadas pelo símbolo #) permitem transformar tópicos e frases em links clicáveis na própria publicação do usuário em sua respectiva página na rede social, de modo a auxiliar outros usuários a encontrar publicações envolvendo o mesmo tema. A título exemplificativo, uma publicação na página de um usuário seguida da *hashtag* “#Eleições2018” permitirá que outros, ao clicarem ou pesquisarem por esse símbolo, encontrem publicações diversas também relacionados a esse assunto.

A recorrente e Adail José Figueiredo Pinheiro interpuseram recursos inominados, aos quais o TRE/AM negou provimento, conforme a ementa acima transcrita.

Contra esse aresto, somente Rebecca Martins Garcia interpôs recurso especial, em que alegou:

a) dissídio pretoriano e afronta ao art. 57-C, § 2º, da Lei 9.504/97, na medida em que não se demonstrou seu prévio conhecimento. No ponto, aduziu que o uso de *hashtags* pelo autor da postagem não autoriza concluir, por si só, pela ciência do beneficiário;

b) a função das *hashtags* é apenas transformar tópicos e frases em *links* acessíveis diretamente na página de quem realiza a postagem e a quem recebe o respectivo compartilhamento, de modo que o seu uso não implica imediata ciência por terceiro que não teve acesso àquele conteúdo – no caso, a própria candidata;

c) a ciência da propaganda somente ocorreu quanto o Ministério Público Eleitoral ajuizou a representação;

d) em nenhum momento curtiu, comentou ou compartilhou o conteúdo de autoria de Adail José Figueiredo Pinheiro;

e) ainda que superados os óbices acima, a multa afigura-se desarrazoada e desproporcional, tendo em vista que foi mera beneficiária do ilícito e, ademais, a conduta não teve o condão de comprometer a normalidade e a legitimidade do pleito.

Contrarrazões apresentadas.

A d. Procuradoria-Geral Eleitoral opinou pelo não conhecimento do recurso especial.

É o relatório. Decido.

Consoante o art. 57-C, *caput* e § 2º, da Lei 9.504/97, com texto anterior à Lei 13.488/2017, a veiculação de propaganda paga na internet sujeita o candidato beneficiário, se demonstrado seu prévio conhecimento, à pena de multa de R\$ 5.000,00 a R\$ 30.000,00. Confira-se:

Art. 57-C. Na internet, é vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga.

[...]

§ 2º A violação do disposto neste artigo sujeita o responsável pela divulgação da propaganda 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).

Ademais, de acordo com o art. 40-B, parágrafo único, do referido diploma, **“a responsabilidade do candidato estará demonstrada se este, intimado da existência da propaganda irregular, não providenciar, no prazo de quarenta e oito horas, sua retirada ou regularização e, ainda, se as circunstâncias e as peculiaridades do caso específico revelarem a impossibilidade de o beneficiário não ter tido conhecimento da propaganda”**.

Na espécie, a controvérsia cinge-se à existência de prévio conhecimento da recorrente acerca de postagem de Adail José Figueiredo Pinheiro, apoiador político, na página da rede social *facebook*, pedindo votos em favor da candidata, com 4.500 “curtidas” e 172 compartilhamentos.

Segundo o TRE/AM, o prévio conhecimento revelou-se pela circunstância de que as *hashtags* usadas por Adail José – #BoraDe11, #Rebecca11 e #Vote11 – são as mesmas da candidata em suas postagens de campanha. Veja-se:

Noutro giro, a utilização de *hashtag* idênticas àquelas utilizadas pela campanha evidenciam o prévio conhecimento da segunda recorrente, tendo em vista que o uso desse recurso se caracteriza como relevante instrumento de busca do *facebook*, permitindo rápida localização e acompanhamento das postagens marcadas.

Entendo, porém, assistir razão à recorrente no caso específico dos autos.

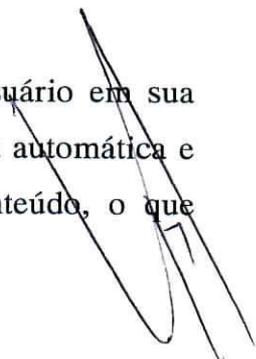
Conforme se extrai do sítio eletrônico do *facebook*, as *hashtags* – representadas pelo símbolo “#” – são mecanismos que permitem transformar tópicos e frases de uma publicação na referida rede social em *links* clicáveis, de modo a auxiliar outros usuários a encontrar conteúdo sobre o mesmo tema, e são de uso e criação livres por qualquer pessoa.

A título exemplificativo, a publicação de um usuário contendo a frase “vote com consciência nestas eleições!”, seguida da *hashtag* “#Eleições2018”, permitirá aos demais que clicarem nesse símbolo encontrar outras publicações também relacionadas a esse assunto.

Ao mesmo tempo, o usuário que não conhecer especificamente essa publicação, mas pesquisar a *hashtag*, localizará aquela e inúmeras outras que tenham sido assinaladas com “#Eleições2018”.

No entanto, independentemente de quais *hashtags* se utilizaram em determinada publicação, é incontroverso que o conteúdo desta estará disponível apenas aos usuários que de fato a acessarem, o que ocorre ou a partir de a) compartilhamento pelo autor; b) acesso direto por aqueles que o seguem na rede social ou c) pesquisa da própria *hashtag*.

Nesse contexto, o uso de *hashtag* em postagem de usuário em sua página pessoal no *facebook* de modo algum autoriza concluir, de forma automática e por si só, que terceiro teria conhecimento prévio acerca de seu conteúdo, o que constitui verdadeira presunção.



Esse, a meu sentir, é o caso dos autos, pois a circunstância de apoiador político da recorrente usar as mesmas *hashtags* da campanha não permite presumir que a candidata tinha ciência prévia acerca da publicação.

Assim, apesar de incontroverso o ilícito, o que ensejou multa ao autor da postagem, não se vislumbra o prévio conhecimento da recorrente, requisito essencial para estender a ela a sanção pecuniária.

Ante o exposto, **dou provimento** ao recurso especial, nos termos do art. 36, § 7º, do RI-TSE, para afastar a multa imposta à recorrente.

Publique-se. Intimem-se.

Brasília (DF), 21 de junho de 2018.


MINISTRO JORGE MUSSI
Relator