



**Júlia Rodrigues dos Santos**

**PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA: UM ESTUDO A PARTIR DA  
DEFINIÇÃO DE “PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTO” NO TRE-SP**

**Monografia apresentada à  
Escola de Formação da  
Sociedade Brasileira de  
Direito Público – SBDP, sob  
orientação da Professora  
Alyne Ferreira Nunes e  
tutoria de Bianca  
Guimarães.**

**SÃO PAULO**

**2022**

**Resumo:** Este trabalho analisou julgados do TRE-SP sobre a matéria de propaganda eleitoral antecipada, buscando identificar os critérios jurisprudenciais aplicados no julgamento dos casos e a definição dada ao “pedido explícito de voto”, único parâmetro expresso no art. 36-A da Lei das Eleições. A pesquisa empírica abrangeu 51 acórdãos julgados entre janeiro de 2021 e julho de 2022. Na etapa qualitativa da pesquisa, pôde-se verificar que as construções jurisprudenciais expandiram os parâmetros e hipóteses legais de configuração da propaganda eleitoral sem, contudo, estabelecer uma metodologia de análise consolidada, o que resulta na existência de divergências sobre aspectos comuns aos casos.

**Palavras-chave:** Propaganda Eleitoral Antecipada; Pedido de Voto; TRE-SP; Tribunal Superior Eleitoral; análise de jurisprudência.

## **Agradecimentos**

Construir esta pesquisa, durante 2022 - o penúltimo ano da graduação e ano de eleição presidencial - não foi tarefa simples.

A vontade de viver tudo, presencialmente, depois de 2 longos e tristes anos em casa teve que ser compatibilizada com as atividades da Escola de Formação Pública, o comprometimento com outros projetos, a escolha de um tema de pesquisa para a Tese de Láurea (o TCC franciscano), provas e as ansiedades juvenis e eleitorais.

A montagem dessa agenda e o desenvolvimento de todas as atividades só foi possível porque pude contar com a ajuda e conselhos de pessoas muito queridas e importantes para mim. Da redação dos textos aos surtos, estive rodeada de gente com o pé no chão, olhos atentos e braços abertos.

Por isso, meus agradecimentos se estendem do período que antecede estar na EFp ao momento presente, em que a entrega da monografia e a data da banca de avaliação representam o final de um ciclo de muita aprendizagem.

Primeiramente, agradeço à EFp, e a todos os professores que lá me deram aula, nas pessoas de Mariana Vilela e Jolivê Rocha. O processo mais importante da minha graduação, até agora, só pode receber esse título graças à organização e à atenção de vocês. Obrigada por tocarem esse projeto com tanto zelo.

Conjuntamente, expresso minha imensa gratidão à Alynne Nunes e Bianca Guimarães - minhas inspiradoras e solícitas orientadora e tutora neste percurso de investigação do TRE-SP. O desenvolvimento desse trabalho deve muito aos seus comentários e sugestões.

Ainda no âmbito da Escola, agradeço aos meus colegas - sbdpinhos da turma 25 - por termos vivido isso juntos, com ou sem cafés e cervejas depois das aulas. Espero que nossos caminhos cruzem muitas outras vezes.

Também não poderia deixar de mencionar aqueles que me incentivaram, desde antes do processo seletivo, a participar da experiência da EFp: Bruno Oliveira (aqui representando também o meu querido Observatório do Direito à Educação); Guga Silva Torres; Pedro Coelho; Iahn Jorge e Jacqueline Leite.

A rotina no Largo São Francisco teria sido muito prejudicada se não fosse o trabalho coletivo do CdN. Conversas antes das provas, (breves) passagens pelo Porão e muitas mensagens no grupo contribuíram para a manutenção de algum equilíbrio mental neste 4º ano. Obrigada, em especial, aos meus queridos amigos do grupo de Tributário - Henryk T., Nick Gomes e Laura Ruescas.

Estes agradecimentos também tem minha família como grupo destinatário: mãe, pai, Lara, nossa matilha de 5, avós e padrinhos (L & A) - obrigada por sempre acreditarem em mim!

Os créditos de agradecimentos se estendem, individualmente...

À Heloisa Salles, por ser minha parceira desde o momento em que as nossas frustrações atingiram o limite, sem nunca perder a calma na voz;

À Giovanna Guilhem, pela amizade que surgiu entre cafés e caronas;

A Arthur Borghi, pela manutenção dos incentivos críticos e carinhosos desde Munique;

A meu amigo e O.M., Gabriel Rodrigues, que não só me escuta e lê à sério desde 2019, como também me ajuda a lembrar que tentar ser genial é um caminho para a loucura;

Ao meu professor e orientador no Largo São Francisco, Marcos Verissimo, que ao lecionar a disciplina Leituras de Constitucional I, mudou minha graduação;

Ao meu terapeuta, por tudo que desenvolvemos semanalmente em 45 minutos;

Ao Rafa, a pessoa que mais me viu com o computador ligado nos últimos meses. Agradeço todos os copos de água, descobertas gastronômicas e carinho. Obrigada por ser quem é (para mim);

À Adriana, que é a primeira pessoa a topar o que for preciso em prol do meu crescimento e dos meus sonhos, apesar das minhas faltas.

Por último agradeço ao Tempo que, para mim, costuma agir sempre no momento certo.

### Lista de abreviaturas e siglas

<b><u>ABREVIATURA</u></b>	<b><u>DESCRIÇÃO</u></b>
<b>Art.</b>	Artigo
<b>Arts.</b>	Artigos
<b>EC</b>	Emenda Constitucional
<b>JE</b>	Justiça Eleitoral
<b>PL</b>	Partido Liberal
<b>sbdp</b>	sociedade brasileira de direito público
<b><i>Tbt</i></b>	<i>Throwback Thursday</i>
<b>TRE</b>	Tribunal Regional Eleitoral
<b>TRE-SP</b>	Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo
<b>TSE</b>	Tribunal Superior Eleitoral

## Sumário

1.	Introdução e objetivos .....	7
2.	Metodologia .....	11
3.	Análise crítica: o que configura um "pedido explícito de voto"? .....	16
3.1.	Casos de NÃO configuração de propaganda eleitoral antecipada .....	18
3.1.1.	Decisões unânimes .....	18
3.1.2.	Decisões com votação divergente .....	29
3.2.	Casos de configuração .....	39
3.2.1.	Propaganda eleitoral antecipada positiva .....	40
3.2.1.1.	Configuração unânime em meio virtual .....	40
3.2.1.2.	Configuração unânime em meio físico .....	51
3.2.2.	Propaganda eleitoral antecipada negativa .....	63
4.	Considerações finais .....	75
5.	Referências bibliográficas .....	82

## 1. Introdução e objetivos

Os anos eleitorais são marcados pela popularização e discussão de diversas pautas políticas: são realizados debates, feitas retrospectivas de mandatos e comparações entre governos e legislaturas, além de eventos - como os comícios - de apresentação de planos e projetos. Artistas e pessoas públicas manifestam suas preferências, redes sociais são infladas por conteúdos em defesa e contra determinados candidatos e, a partir do mês de agosto, todos os cidadãos se deparam com a propaganda eleitoral.

Tal espécie de publicidade política, ainda que por vezes incômoda, é parte fundamental do processo que culmina nas eleições. A propaganda eleitoral - *elaborada por partidos políticos e candidatos com a finalidade de captar votos do eleitorado para investidura em cargo público-eletivo*<sup>1</sup> - é uma ferramenta preparada para influir sobre a formação de opinião pública, sendo recurso disponível para todos os participantes da *corrida* e, por isso, matéria cuja regulação é essencial para o equilíbrio de forças e isonomia entre os concorrentes.

O tema, assim, tanto recebe tratamento constitucional (art. 17, §3) e infraconstitucional - arts. 248 a 256 do Código Eleitoral (Lei 4.737/65) e arts. 36 a 57 da Lei das Eleições (Lei 9.504/97) - quanto é regulamentado (resoluções) e controlado pela Justiça Eleitoral (JE), cuja ação se dá nos âmbitos de poder de polícia e jurisdicional, pelos Tribunais Regionais Eleitorais e pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

A realização da propaganda está sujeita à observância de alguns requisitos: são proibidas, por exemplo, a utilização de *outdoors*, a realização de propaganda mediante distribuição de brindes, a associação da publicidade a símbolos, frases ou imagens semelhantes às empregadas por órgãos de governo.

Entre esses requisitos, destaca-se o critério temporal: a propaganda eleitoral tem data para seu início e fim. A regra geral é de liberação para propaganda no dia 16 de agosto do ano eleitoral, sendo exceção o contexto

---

<sup>1</sup> GOMES, José Jairo. **Direito eleitoral** - 16. ed. - São Paulo: Atlas, 2020.



da pandemia - a data inicial foi adiada pela EC nº 107/2020 para 27 de setembro - e os casos de pleitos suplementares.

Assim, a identificação de uma propaganda eleitoral antecipada está objetivamente condicionada à realização do fato ter sido antes do prazo legal e à análise em juízo dos elementos que compõem o material impugnado e que podem, ou não, caracterizar uma manifestação ou ato irregular.

A prática jurisdicional, entretanto, não consiste em mera aplicação dos dispositivos legais, pois a legislação, em suas lacunas e generalidades, necessita de interpretações. Este é o caso do art. 36-A da Lei das Eleições que, ao elencar atividades que não configuram propaganda extemporânea,<sup>2</sup> apresenta descrição genérica e negativa em relação ao que deve ser considerado propaganda eleitoral antecipada:

*Não configuram propaganda eleitoral antecipada, **desde que não envolvam pedido explícito de voto** a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos e os seguintes atos, que poderão ter cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via internet:*

I - a participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, observado pelas emissoras de rádio e de televisão o dever de conferir tratamento isonômico;

II - a realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, discussão de políticas públicas, planos de governo ou alianças partidárias visando às eleições, podendo tais atividades ser divulgadas pelos instrumentos de comunicação intrapartidária;

III - a realização de prévias partidárias e a respectiva distribuição de material informativo, a divulgação dos nomes dos filiados que participarão da disputa e a realização de debates entre os pré-candidatos;

IV - a divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se faça pedido de votos;

---

<sup>2</sup> GRESTA, Roberta Maia; NETO, João Andrade. O que é propaganda eleitoral antecipada ilícita?, Consultor Jurídico, 24 jun. 2018. Disponível em: <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/o-que-e-propaganda-eleitoral-antecipada-ilicita-24062018>>. Acesso em: 24 nov. 2022.

V - a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais;

VI - a realização, a expensas de partido político, de reuniões de iniciativa da sociedade civil, de veículo ou meio de comunicação ou do próprio partido, em qualquer localidade, para divulgar ideias, objetivos e propostas partidárias;

VII - campanha de arrecadação prévia de recursos na modalidade prevista no inciso IV do § 4º do art. 23 desta Lei. (...).

A leitura do dispositivo, por si, já é passível de questionamento quanto às limitações da expressão “pedido explícito de voto”, pois não há definição ou exemplificação do que seja.

Na materialidade, a redação do artigo se mostra ainda mais insuficiente para avaliação dos casos concretos, uma vez que não há parametrização sobre o que qualifica o caráter *explícito*.

A possibilidade de não haver uniformidade na interpretação do que configura esse pedido gera insegurança jurídica para aqueles que são parte nas ações que tratam de propaganda eleitoral antecipada. Ademais, tal falta de uniformidade interpretativa já causou debates intensos entre os os Ministros<sup>3</sup> do TSE.

Ainda que discussões quanto ao significado do texto legal tenham sido realizadas pelo Tribunal Superior em 2018, a definição do seja um “pedido explícito de voto” e, conseqüentemente, do que é configurado como propaganda eleitoral antecipada, não foi consolidada.

A título de exemplo, podem ser indicados casos que, de algum modo, alcançaram o debate público, como as ocasionais *motociatas*<sup>4</sup> realizadas pelo ex-Presidente da República, Jair Bolsonaro, e como a condenação, em certas instâncias judiciais, da manifestação política de

---

<sup>3</sup> FALCÃO, Márcio. TSE ainda discute critérios para propaganda antecipada nas eleições, Consultor Jurídico, 22 fev. 2018. Disponível em: <<https://www.jota.info/justica/tse-ainda-discute-criterios-para-propaganda-antecipada-nas-eleicoes-22022018>>. Acesso em: 24 nov. 2022.

<sup>4</sup> Procuradoria diz não ver campanha antecipada em motociata de Bolsonaro. Folha de S. Paulo, 11 mai. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/05/procuradoria-diz-nao-ver-campanha-antecipada-em-motociata-de-bolsonaro.shtml>. Acesso em: 24 nov. 2022.

artistas em festivais de música<sup>5</sup>. Essas situações são representativas da existência de discussões relevantes cujo ponto inicial é a definição dos critérios para averiguação de eventual pedido de voto e de propaganda eleitoral extemporânea.

A consideração desse cenário motivou o surgimento de um projeto de investigação que resultou nesta pesquisa. Com ela, pretendeu-se realizar diagnóstico acerca do tratamento dado à matéria de propaganda eleitoral antecipada nos julgamentos do Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo.

---

<sup>5</sup> Campanha eleitoral antecipada tem burla de partidos e leniência do TSE; entenda. Folha de S. Paulo, 28 mar. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/03/campanha-eleitoral-antecipada-tem-burla-de-partidos-e-leniencia-do-tse-entenda.shtml>. Acesso em: 24 nov. 2022.

## 2. Metodologia

A metodologia adotada por esta pesquisa é a análise de jurisprudência, a qual foi empregada com o objetivo de entender quais os parâmetros utilizados pelo TRE-SP para o julgamento de casos de suposta configuração de propaganda eleitoral antecipada e como o Tribunal realiza a caracterização do “pedido explícito de voto”.

A opção pela pesquisa de julgados do TRE-SP, e não do TSE, foi feita a partir de experiência inicial com o Tribunal Superior. Tal experiência evidenciou que, nessa Corte, os recursos propostos tendiam a discussões processuais,<sup>6</sup> sendo menos frequentes as reavaliações dos aspectos materiais de configuração de propaganda eleitoral antecipada.

Nas leituras preliminares de acórdãos do TSE, pude perceber a existência de certa regularidade em relação à manutenção das caracterizações feitas pelos Tribunais Regionais. Por isso, avalei que existia melhor correspondência entre as perguntas, o objetivo de pesquisa e os acórdãos do TRE. Nesse Tribunal, os julgamentos examinavam, de fato, a existência de pedido explícito de voto, podendo caracterizar propaganda eleitoral irregular. O recorte geográfico, centralizado no estado de São Paulo, foi escolhido pela minha familiaridade com o estado.

Os acórdãos examinados nesta pesquisa foram selecionados com base em um recorte temporal, buscando garantir o estudo de julgados recentes, a partir dos quais se poderia identificar o atual estado das discussões no TRE-SP e, também, gerar uma quantidade amostral cuja análise fosse compatível com o prazo para desenvolvimento da pesquisa. Tendo isso em vista, a coleta de acórdãos julgados pelo TRE-SP contemplou

---

<sup>6</sup> Os recursos ao TSE que analisei preliminarmente costumavam ter dois tipos de argumentação pelas partes agravantes: (1) uma argumentação com objetivo de desconfigurar a existência de propaganda eleitoral antecipada e (2) argumentação processual, questionando o tipo de ação que levou à condenação em outra instância, entre outros aspectos. O que observei, entretanto, foi que, ainda que as matérias se misturassem, os pedidos relativos a possíveis vícios processuais eram mais *destrinchados* nos acórdãos - a discussão acerca da configuração de propaganda eleitoral antecipada acabava por reproduzir trechos inteiros das decisões das instâncias inferiores.

o período entre 01.01.2021 e 26.07.2022, data em que a pesquisa foi iniciada.

A ferramenta utilizada para mapear os acórdãos foi o sistema de busca online da Justiça Eleitoral.<sup>7</sup> Os filtros selecionados foram “SP” (para o campo “Tribunal”), “01.01.2021” a “30.07.2022” (em “Data de Julgamento”), “Acórdão” com “Resolução” (para “Tipo de decisão”) e “Lei Ordinária nº 9.504/1997” (no campo “Legislação”). Ademais, acrescentei à busca, no campo “Pesquisa Livre”, os termos e comandos “propaganda adj eleitoral e antecipada” e, no campo “Ementa/Indexação”, o termo “propaganda eleitoral”.

**Figura 1** - Preenchimento dos campos de pesquisa no site da JE

**Pesquisa na JE**

Pesquisa Simultânea de Jurisprudência dos Tribunais Eleitorais v1.1.4.2  Desativar Explicações

Tribunal: SP

Pesquisa Livre: propaganda adj eleitoral e antecipada

e ou adj não prox \$ mesmo  Incluir inteiro teor

Partes / Advogados: [?]

Classe Processual: [ ] Número: [ ] UF: [ ] Número único: [ ] [ ] [ ]

Relator(a): [ ]

Relator(a) designado(a): [ ]

Data: 01/01/2021 a 30/07/2022 Julgamento: [ ]

Ementa/Indexação: [ ]

Legislação: LEI ORDINARIA Nº: 9504 Ano: 1997

ART [ ] PAR [ ] INC [ ] LET [ ] +

Tipo de decisão

Acórdão  Decisão Monocrática  Resolução  Decisão sem Resolução  Todas

Ajuda Dicas Limpar **Pesquisar**

Fonte: elaborado pela autora (2022).

<sup>7</sup> Tribunal Superior Eleitoral. Jurisprudência. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/decisoes/jurisprudencia>.

Em 26.07.2022, a pesquisa por esses termos resultou em total de 61 acórdãos<sup>8</sup> (12 do ano de 2022; 49 do ano de 2021), que foram baixados e mapeados. Desses, foram excluídos 11<sup>9</sup> que, apesar da indexação, não analisavam os aspectos materiais da caracterização da propaganda, estando restritos a debates sobre questões processuais ou a pedidos de reajuste da multa por propaganda antecipada.

A partir de leitura exploratória do material disponível, formulei uma tabela de classificação e análise individual dos acórdãos com o objetivo de sistematizar as informações e torná-las comparáveis. A tabela contém perguntas com opções de respostas pré-definidas (perguntas objetivas) e campos para registros descritivos.

As perguntas objetivas trataram da configuração (ou não) de propaganda eleitoral antecipada, do meio da propaganda (virtual e/ou físico), da existência de menção à doutrina ou jurisprudência no acórdão, bem como possibilitaram identificar se houve mudança em relação à decisão da primeira instância e se o caso apresentou votação unânime ou divergente.

Nos campos descritivos, por sua vez, foram registrados: as alegações das partes que tentavam caracterizar a existência de pedido explícito de voto, com o objetivo contextualizar o caso; a descrição, no acórdão, da propaganda que foi julgada; a justificativa da decisão; e o conteúdo de possível voto divergente.

A categorização do tipo de propaganda estava relacionada à de meio, sendo anotação feita de modo semi estruturado a partir da leitura dos casos.

---

<sup>8</sup> No momento de redação desse capítulo refiz a busca, por curiosidade, e o resultado apresentou acréscimo de 3 acórdãos. Isso ocorre porque a publicação das decisões nem sempre é imediata ao julgamento, podendo gerar pequena variação. Devido ao fechamento da análise, não adicionei à classificação os novos acórdãos encontrados.

<sup>9</sup> A lista completa com os acórdãos estudados e suas informações bibliográficas está disponível em:  
<<https://docs.google.com/spreadsheets/d/15qYewC6-K70vcW2MnEjQjKhJrz0D3boAqut6twReqqE/edit?usp=sharing>>

A partir dessa estrutura analítica, iniciei a classificação dos acórdãos. Foi desafiador registrar as informações nos campos descritivos, pois a descrição da suposta propaganda dependia tanto de suas características como do conteúdo disponível no documento. Para os casos que apresentavam os discursos proferidos ou transcrições de materiais audiovisuais, optei por registrar os próprios termos transcritos. Alguns acórdãos, por outro lado, continham a imagem das propagandas analisadas e, nesses casos, foi necessária a minha intervenção no processo descritivo.

A dificuldade em padronizar os registros também foi recorrente nos outros campos da tabela destinados a descrições. Buscando superar tal dificuldade, estabeleci perguntas objetivas como pontos de início do diagnóstico da pesquisa. A partir dessas perguntas foram depreendidos os resultados quantitativos e as categorias para análise crítica qualitativa.

A realização desta pesquisa teve caráter absolutamente empírico. Apesar de um dos itens da tabela ter identificado os doutrinadores referenciados nos acórdãos, devido aos objetivos do projeto de pesquisa e, também, ao tempo disponível para análise, em momento algum foram consultados materiais doutrinários. O diagnóstico, portanto, concentrou-se no conteúdo das decisões do TRE-SP, sem que esse fosse contrastado com outras produções teóricas e pesquisas empíricas.

Essa foi a moldura dentro da qual a pesquisa se desenvolveu. A partir dos procedimentos e limitações apresentados, buscou-se estabelecer metodologia para responder às seguintes questões:

(a) Como o TRE-SP decide sobre casos de propaganda eleitoral antecipada e como fundamenta suas decisões tendo em consideração o critério do 'pedido explícito de voto'?

(b) Como é interpretado o "pedido explícito de voto" pelo Tribunal?

(c) Há algum formato de manifestação política que seja passível de aderir mais facilmente à definição de propaganda eleitoral antecipada?

(d) Quanto às partes processadas, há algum padrão entre quem são (candidatos do legislativo ou executivo; de níveis municipais, estaduais ou

federais; de partidos políticos específicos) e o resultado dos recursos julgados?

A análise dos acórdãos foi feita tomando por pressuposto que todos tratavam de manifestações feitas antes do período de campanha, ou seja, feitas quando não é autorizada a realização de propaganda eleitoral.



### 3. Análise crítica: o que configura um "pedido explícito de voto"?

*Mas o que é um "pedido explícito de voto"?* A Lei nº 9.504, de 1997, em seu art. 36-A<sup>10</sup> (e incisos seguintes), indica uma série de atividades que não configuram propaganda eleitoral antecipada e estabelece como critério para a averiguação dessa propaganda, além da data, a presença do pedido explícito de voto. Entretanto, a legislação não define o que é pedido explícito de voto, de modo que tal construção vem sendo feita jurisprudencialmente.

Desse modo, na ausência de critérios evidentes, a constatação de pedido expresso de voto é feita casuisticamente, competindo aos juízes e desembargadores balizar seu entendimento a partir da jurisprudência de instâncias superiores, das resoluções do TSE e, por exclusão, do que a Lei expressamente afirma não ser propaganda eleitoral antecipada.

Na presente pesquisa, o resultado predominante dos acórdãos analisados foi de não configuração de propaganda antecipada – o que denota, ao menos em um primeiro momento, posicionamento com interpretação mais restritiva do dispositivo e mais liberal quanto à subsunção de casos concretos à regra genérica.

Nessa linha, observou-se tendência, dentro do universo do estudo, à manutenção desse resultado entre as diferentes instâncias - 22 acórdãos julgados pelo TRE-SP mantiveram entendimento da instância anterior acerca da inexistência de pedido explícito de voto.

Destaca-se, ainda, que as votações unânimes predominaram, sendo aproximadamente 89% dos casos em que não houve identificação de propaganda eleitoral antecipada pelo Tribunal. Ou seja: a jurisprudência sobre a não identificação parece ser menos vacilante, mais estável e

---

<sup>10</sup> Art. 36-A. Não configuram propaganda eleitoral antecipada, **desde que não envolvam pedido explícito de voto**, a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos e os seguintes atos, que poderão ter cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via internet (...) [grifos meus]

consensual entre os julgadores<sup>11</sup>. Isso parece estar ligado ao fato de que tais decisões utilizam como parâmetro principal a verificação de ausência de palavras-chaves que poderiam indicar um pedido expresso de voto.

Portanto, para realizar uma análise crítica dos resultados obtidos, propõe-se, primeiro, o exame dos casos em que o TRE-SP não identificou a existência de pedido explícito de voto - seja por votação unânime, seja por entendimento majoritário.

Esses casos envolvem o questionamento de publicidades e manifestações cujo teor eleitoral é menos evidente em comparação com aqueles que fazem uso do que a jurisprudência estabeleceu por palavras-chaves da identificação de pedido de voto, como, por exemplo, "vote" e "apoie".

Parte-se da hipótese de que esses cenários, de menor literalidade do pedido, exigem uma análise mais sofisticada do Tribunal. Tal análise deve adotar método claro e com critérios objetivos, visando garantir a legitimidade decisória e a segurança jurídica para as partes .

Outro elemento que se mostrou relevante foi o formato do conteúdo encaminhado para exame do Tribunal. A análise dos casos demonstrou que o fator visual é uma constante: o TRE-SP é chamado para avaliar imagens e vídeos de conteúdo político (partidário ou eleitoral), suas reproduções em redes sociais, ou registros de discursos em locais públicos (como igrejas, por exemplo).

Para realizar uma apresentação detalhada do diagnóstico desta pesquisa, os casos serão apresentados nos próximos tópicos em agrupamentos cujos critérios foram: o resultado de seu julgamento - a configuração ou não de propaganda antecipada - e o caráter da votação, unânime ou divergente.

A partir dessa divisão, pretende-se demonstrar como o TRE-SP fundamenta suas decisões e analisa casos que ensejem certa dúvida sobre a

---

<sup>11</sup> Essa interpretação dos dados coletados é reforçada pela identificação de manutenção de não-incidências entre instâncias: Entre os 37 casos que não foi configurada PEA, 59% (22) mantiveram a decisão da instância anterior.

configuração da propaganda antecipada. A demonstração procura dar especial destaque aos parâmetros jurisprudenciais, desenvolvidos pelo TSE e pelo próprio TRE-SP, para a verificação da presença de pedido explícito de voto e para a verificação de outros elementos que foram considerados relevantes para a definição da (não) ocorrência de tal ilícito eleitoral.

### **3.1. Casos de NÃO configuração de propaganda eleitoral antecipada**

Tendo em vista o escopo desta pesquisa, destacamos os casos em que o TRE-SP concluiu pela configuração de propaganda antecipada ou que apresentaram votação com divergência de análise entre os magistrados.

Isso, entretanto, não reduz a pertinência de apresentar um panorama acerca dos casos cuja votação foi unânime pela não caracterização da propaganda extemporânea e, por conseguinte, pela inexistência de tal ilícito eleitoral. O presente subcapítulo expõe tais casos e tece considerações sobre seus respectivos acórdãos..

#### **3.1.1. Decisões unânimes**

Pouco mais da metade (54%, 33 casos) dos acórdãos examinados na pesquisa teve conclusão unânime pela inexistência de propaganda eleitoral antecipada. A análise quantitativa deste bloco demonstrou proeminência na impugnação de supostas propagandas em meio virtual (22), seguidas das ocorridas em meio físico (8). Também foram identificados 3 processos cujas atividades julgadas ocorreram em âmbito tanto físico quanto virtual.

O elevado volume de casos e a constatação de justificativas repetitivas dos magistrados nos acórdãos tornaram necessário estruturar essa apresentação de modo amostral. Assim, foram selecionados casos cujos julgamentos privilegiaram e destrincharam raciocínios utilizados nas justificativas das demais decisões.

De forma geral, pode-se afirmar que houve manutenção dos julgamentos da primeira instância – 18 desses 33 acórdãos mencionados não divergiram da análise que deu origem ao recurso. O estudo comparado dos materiais pesquisados permite que se afirme, como uma possível explicação para esse resultado, a interpretação restritiva dos magistrados sobre o que pode ser considerado um pedido explícito de voto.

Ainda que todas as situações impugnadas envolvam conteúdo político ou eleitoral, o estudo dos acórdãos também permite que se afirme que não foi possível para o TRE-SP constatar, indubitavelmente, a presença de pedido explícito de voto.

Elementos como a foto e o número de pré-candidato, que constavam em alguns dos casos analisados, foram avaliados como respaldados por legalidade – salvo quando acompanhados por pedido de voto, emprego de forma proscrita<sup>12</sup> ou atentado à paridade entre os pré-candidatos.

Assim, o que se evidenciou nas votações unânimes pela não caracterização da propaganda extemporânea foi a interpretação judicial que, simultaneamente, buscou restringir o que seria o “pedido explícito de voto” e aproximar as situações concretas das hipóteses de exceção contidas nos incisos do art. 36-A, da Lei das Eleições, e das hipóteses consolidadas na jurisprudência.

O primeiro movimento, de interpretação mais restritiva, ocorreu sob fundamentos como a ausência de “palavras mágicas”, a deferência à liberdade de expressão e à intervenção mínima do Judiciário; e o segundo movimento, de aproximação dos casos com a legislação e a jurisprudência, fundamentou-se na inexistência de referências à pretensa candidatura, na promoção pessoal do pré-candidato permitida em lei, na divulgação de

---

<sup>12</sup> O termo “proscrita” e suas variações (“proscrito; proscritos”) são utilizados nos acórdãos e na jurisprudência vista neles para identificar aquilo que é vedado por lei. Poderiam ser substituídos por “proibido” (e variantes), mas optei por manter a palavra tal como encontrada nos documentos para que o texto estivesse próximo do que é argumentado pelo Tribunal.

posicionamento pessoal sobre questões políticas ou no mero pedido de apoio político<sup>13</sup>.

Como demonstração do privilégio dado nos julgamentos à verificação de ausência de pedido explícito de voto e à alocação dos atos impugnados a categorias de manifestação permitidas em lei, apresentarei 6 acórdãos. O uso exemplificativo desses julgados objetiva abranger a variedade de situações enfrentadas pela análise do Tribunal, bem como sintetizar – sem incorrer em repetição exaustiva – os argumentos relevantes empregados.

### **O caso do *outdoor* para estimular filiação partidária<sup>14</sup>**

O primeiro acórdão<sup>15</sup> selecionado julgou a regularidade de *outdoor* em que constava a imagem e o nome das partes representadas, acompanhados do nome do partido, União Brasil, seu *slogan* e os seguintes dizeres: "Nossa campanha continua: Filie-se".

**Figura 2** - *Outdoor* do União Brasil



Fonte: Acórdão 0600213-56.2022.6.26.0000. (2022)

---

<sup>13</sup> Cumpre destacar que, por mais que esses elementos tenham sido mencionados recorrentemente, não se constata no corpo dos acórdãos definições precisas do que são - sua caracterização esteve sempre vinculada à interpretação de cada caso..

<sup>14</sup> Neste momento, os casos são "nomeados" para que sua apresentação seja mais didática. Posteriormente, nos itens em que o diagnóstico da pesquisa contempla uma descrição de todos os acórdãos agrupados, não há nomeação específica para cada caso.

<sup>15</sup> TRE/SP - 0600213-56.2022.6.26.0000 (Relator: Regis de Castilho Barbosa Filho | Data de julgamento: 12.07.2022)

A partir da interpretação do art. 36-A, da Lei 9.504/97, o relator do acórdão afastou as alegações recursais segundo as quais o meio da publicidade, *outdoor*, é proscrito e havia veiculação de pedido explícito de voto.

O magistrado declarou – após indicar que a avaliação de propaganda antecipada deve ponderar a livre circulação de ideias, a patente intenção de obter votos e a disparidade na competição entre eventuais pré-candidatos – que os elementos da publicidade impugnada “não têm o condão de sugerir qualquer correlação entre os representados e o pleito vindouro” ou “caráter eleitoral”.

Afirmou então, com respaldo jurisprudencial<sup>16</sup>, o não cabimento de interpretação extensiva no campo das liberdades públicas e políticas e a inexistência de disparidade na competição entre eventuais pré-candidatos, pois a utilização de *outdoors* para fins não definidos como eleitorais seria franqueada.

O sentido dos “fins eleitorais” mencionados aparenta ser, na aplicação dada pelo relator, exclusivamente relacionado à concorrência de pleito eleitoral, de modo que a realização de campanha política para filiação partidária não estaria aí incluída. A interpretação dada ao art. 36-A e a jurisprudência, que inclui *outdoor* como meio proscrito para atividade eleitoral, foi restritiva: sem pedido de voto no *outdoor* não é possível aplicar multa por propaganda eleitoral antecipada.

Como se verá adiante, nos itens dedicados aos casos em que a propaganda eleitoral antecipada foi configurada, a análise do ato ou objeto

---

<sup>16</sup> TSE - AgR-REspe nº 38-49.2016, Rel. Min. Tarcisio Vieira de Carvalho Neto, julgado em 23.8.2018, DJe de 18.10.2018; Recurso especial eleitoral nº 060011123, Acórdão, Relator(a) Min. Ricardo Lewandowski, Publicação: DJE - Diário da justiça eletrônico, Tomo 91, Data 19.05.2022; Recurso Especial Eleitoral nº 060027081, Acórdão, Relator(a) Min. Edson Fachin, Publicação: DJE - Diário da justiça eletrônico, Tomo 162, Data 22.08.2019. TRE/SP - (Representação nº 060000404, Acórdão, Relator(a) Des. Marcelo Vieira de Campos, Publicação: DJESP - Diário da Justiça Eletrônico do TRE-SP, Data 22.04.2020; (Representação nº 060050143, Acórdão, Relator(a) Des. Paulo Sérgio Brant de Carvalho Galizia, Publicação: DJESP - Diário da Justiça Eletrônico do TRE-SP, Data 03.08.2018.

impugnado nem sempre se restringe à avaliação de presença ou ausência de pedido explícito, e literal, de voto.

Para além de verificar a data em que ocorreu o fato, o contexto e forma em que as publicidades são veiculadas têm relevância suficiente para, no mínimo, causar divergência entre as avaliações dos magistrados.

### **O caso dos adesivos fixados em veículo de manifestantes da oposição**

O segundo acórdão<sup>17</sup> destacado tem por objeto um adesivo, com nomes e números de pré-candidatos, colado em veículo que circulava durante manifestação municipal contrária ao atual governo federal.

A avaliação do magistrado neste caso se concentrou em dois aspectos: a impossibilidade de comprovar que o adesivo do veículo foi distribuído ou colocado antes do período vedado pela legislação e a ausência de pedido explícito de voto, ou de não voto, no material impugnado.

Nesse sentido, o julgamento indicou concordância com a primeira instância ao citar trecho da sentença original no qual foi afirmado que "(...) para a configuração da irregularidade pretendida, deve-se comprovar a realização de ato de propaganda eleitoral durante o período em que a eleição suplementar esteja suspensa, não bastando a mera circulação de veículo contendo adesivo de campanha, não estando este inserido em um contexto revestido de propaganda eleitoral".

Como critério de avaliação da existência de propaganda antecipada, apesar da presença de número, foto e nome dos candidatos, o julgador evocou a jurisprudência<sup>18</sup> do TSE sobre parâmetros alternativos para configuração de propaganda eleitoral antecipada, sendo eles: a presença de pedido explícito de voto; a utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda; ou a violação ao princípio da igualdade de

---

<sup>17</sup> TRE/SP - 0600116-11.2021.6.26.0188 (Relator Sérgio Nascimento | Data de julgamento: 19.10.2021).

<sup>18</sup> TSE - Agravo de Instrumento nº 060009124, Relator Min. Luís Roberto Barroso, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Tomo 25, Data 05.02.2020.

oportunidades entre os candidatos. Nenhum desses elementos teve constatação afirmada no acórdão.

A referência a essa parametrização jurisprudencial se mostrou frequente tanto para o afastamento como para a caracterização de propaganda antecipada. Faz-se notável, entretanto, a observação de que esse “precedente” não indica definição clara do que seja um pedido explícito de voto e ainda apresenta interpretação extensiva, em relação à Lei, de situações com impacto de propaganda antecipada.

Portanto, ainda que a jurisprudência tenha sido empregada para concluir pela inexistência do ilícito eleitoral, não é possível afirmar que ela contribui para o estabelecimento de um método de análise que sirva para definir critérios mais objetivos visando à identificação do que poderia ser considerado um pedido expresso de voto ou uma violação da igualdade entre os candidatos, hipóteses desconstituídas no caso.

### **Caso da divulgação de panfletos sobre obras da gestão municipal**

O terceiro caso<sup>19</sup> representativo, de não configuração de propaganda antecipada, tratou da divulgação de obras de uma gestão municipal feita em panfleto com foto, símbolo do partido e *slogan* de campanha eleitoral: “A cada ano uma nova Guararema - Trabalho”.

A publicidade foi descrita no acórdão como material em que “(...) são divulgadas obras e ações desenvolvidas nas gestões lideradas por políticos do Partido Liberal – PL de Guararema/SP [...], colocando os pré-candidatos como as pessoas ideais para dar continuidade a esse trabalho”.

A conclusão do magistrado pela inexistência de pedido explícito de votos ou emprego de palavras “que levem à conclusão de que o emissor está induzindo os eleitores ao voto” decorreu, novamente, de interpretação restritiva da lei, atendo-se às palavras utilizadas – sem atribuição de grande relevância ao contexto pré-eleitoral de divulgação do panfleto – e

---

<sup>19</sup> TRE/SP - acórdão 0600355-44.2020.6.26.0319 (Relator Maurício Fiorito | Data de julgamento: 17.05.2021).



admitindo-se as hipóteses legais de menção à pretensa candidatura, de divulgação das ações políticas desenvolvidas e de manifestação de apoio político.

Isso é perceptível, sobretudo, quando consideramos que a colocação dos pré-candidatos como “pessoas ideais para dar continuidade” aos feitos municipais não foi aspecto interpretado pelo Tribunal como uma recomendação ou sugestão de voto explícita.

No universo dos acórdãos analisados, apesar da recorrência, o questionamento da veiculação de atos do governo – sejam eles feitos materialmente, como panfletos, ou virtualmente – tendeu à improcedência da configuração de propaganda eleitoral, justamente pela impossibilidade de enquadrar o ato impugnado nas hipóteses permitidas pela legislação.

Na ausência de pedido explícito de voto ou de palavras que o denotassem, a posição do TRE-SP foi de descaracterização do ilícito eleitoral. Esse entendimento pode ser sintetizado pelo seguinte silogismo: a demonstração de obras (ou prestação de contas), com exaltação de qualidades pessoais dos pré-candidatos, acompanhada, ou não, de número e sigla do partido, não se confunde com propaganda eleitoral antecipada quando não há pedido explícito de voto. Permanece, contudo, o problema da falta de critérios mais objetivos para definir um pedido explícito de voto.

### **Caso da divulgação das obras da Prefeitura em carro de som**

O quarto acórdão<sup>20</sup> mantém a subsunção a esse raciocínio, mas em situação diversa. Trata-se da impugnação de um ato e da gravação deste, postada em rede social, na qual se vê que carro de som foi utilizado para veicular a conclusão de obra da prefeitura.

O julgamento do Tribunal tratou da seguinte mensagem, transcrita no documento:

---

<sup>20</sup> TRE/SP - 0600051-30.2020.6.26.0227 (Relator Maurício Fiorito | Data de julgamento: 22.02.2021).

A Prefeitura concluiu a duplicação da Estrada de Caucaia do Alto.

Agora ela está oficialmente entregue à população. A maior obra de infraestrutura de Cotia passou pelos 12 km de extensão da estrada, aumentando a segurança e o conforto para os motoristas.

Um investimento que permitirá o desenvolvimento do nosso querido distrito de Caucaia do Alto, a estrada ganhou duas faixas em cada sentido, canteiro central, iluminação moderna com lâmpadas LED, com fiação subterrânea, retornos seguros, novos abrigos de ônibus, calçadas padronizadas e nova sinalização viária.

É muito mais segurança para você e sua família.

A duplicação da Estrada de Caucaia do Alto era um sonho que a prefeitura realizou e entregou para a nossa população.

Prefeitura de Cotia, Você sempre em primeiro lugar.

A não condenação ao pagamento de multa foi fundamentada, primordialmente, por interpretação do art. 36-A, da Lei das Eleições.

Ademais, consta no acórdão que o conceito de propaganda eleitoral antecipada se extrai por exclusão do que está disposto no referido artigo, sendo admitido restritivamente:

(1) menção à pretensa candidatura, (2) exaltação das qualidades pessoais do pré-candidato, (3) pedido de apoio político, (4) **divulgação de ações políticas já desenvolvidas e das que pretende desenvolver**, (5) apresentação de ideias, objetivos, plataformas e projetos políticos, (6) manifestação de posicionamento pessoal, (7) e a exposição de atos parlamentares e debates legislativos. [grifos do acórdão].

Assim, na impossibilidade de se constatar “qualquer inscrição que remeta minimamente a pedido de voto”, para o julgador, não houve indício de propaganda antecipada. Mais uma vez, entendeu-se que o ato praticado se limitou à divulgação de ações políticas já desenvolvidas.

### **Caso da divulgação de pré-candidaturas em jornal local e *WhatsApp***

Os dois últimos acórdãos, que selecionei como representativos das decisões unânimes, apresentam a liberdade de expressão como elemento

central da não configuração do ilícito eleitoral. Neles, foi defendido que o exercício dessa garantia constitucional só poderia ser limitado quando houvesse atentado contra as regras do processo político-eleitoral.

A primeira situação contestada<sup>21</sup> consistia em anúncio feito no jornal municipal e, também, compartilhado no *WhatsApp*, em que foi anunciada a pré-candidatura de concorrentes ao Executivo municipal.

O conteúdo que foi analisado inclui o nome dos pré-candidatos, seu partido, e o seguinte texto: “Chega de mesmice! Gente nova para Ribeirão! Pré-candidatos ao Executivo municipal, Muraki da Nipon e Marisa do Casas Próprias. É FICHA LIMPA!! Compromisso com você e Ribeirão”.

**Figura 3** - Anúncio de pré-candidatura em Ribeirão Preto



Fonte: Acórdão 0600099-24.2020.6.26.0183 (2021).

Nesse julgamento, o TRE-SP considerou que o material gráfico não vislumbra a ocorrência de propaganda eleitoral antecipada, "(...) mas tão somente a realização de atos de pré-campanha, caracterizada pela divulgação de pretensa candidatura, o que é expressamente autorizado pelo art. 36-A, da Lei nº 9.504/97".

<sup>21</sup> TRE/SP - acórdão 0600099-24.2020.6.26.0183 (Relator Manuel Marcelino | Data de julgamento: 22.06.2021).

A análise do julgador não apresentou argumentos sobre o contexto do anúncio, estando restrita à verificação de elementos que constituiriam pedido de voto e o enquadramento em hipótese respaldada por previsão legal.

Assim, concluiu-se que não havia, ainda que implicitamente, pedido de votos capaz de macular a igualdade de oportunidade entre os candidatos. O entendimento é corroborado na decisão por referência à jurisprudência<sup>22</sup> do TSE, a qual afirma que “não configura propaganda extemporânea a veiculação de mensagem com menção à pretensa candidatura, ainda que acompanhada do número com o qual o pré-candidato pretende concorrer”.

A menção à liberdade de expressão, ainda que feita de modo breve e generalizante, foi aplicada com o intuito de reforçar a não configuração da propaganda: “Portanto, a publicidade feita pelos recorridos deve ser considerada mero exercício da liberdade de expressão, garantia constitucionalmente assegurada, que não deve sofrer limitação quando não atentar contra as regras do processo político-eleitoral”.

Conforme se verá nos próximos itens desta pesquisa, a conclusão geral deste caso quanto à deferência à liberdade de expressão foi, muitas vezes, posta de lado em detrimento do contexto em que outras manifestações foram realizadas.

O caráter garantista de decisões como essa foi limitado, em circunstâncias parecidas, pela consideração do contexto, ultrapassando a análise estritamente verbal de existência de pedido de voto.

## **O caso do discurso de parlamentar na Câmara Municipal**

---

<sup>22</sup> TSE - acórdão 0600061-23.2020.6.24.0068, ARESPE - Agravo Regimental no Agravo no Recurso Especial Eleitoral nº 060006123 - BALNEÁRIO PIÇARRAS - SC, Acórdão de 13.11.2020, Relator(a) Min. Alexandre de Moraes.

O último caso<sup>23</sup> em destaque trata do julgamento de discurso parlamentar impugnado sob alegação de que configurava propaganda eleitoral negativa. Além da manifestação presencial na Tribuna da Câmara Municipal, houve divulgação de gravação no canal institucional do órgão legislativo e reprodução do conteúdo na página pessoal do vereador.

O acórdão apresentou transcrição da fala:

"Vai procurar o que fazer, cambada de sanguessuga do dinheiro público, porque vocês foram cargos de comissão, cambada de chupim de dinheiro público. Vocês não sabem fazer outra coisa. Sabe qual é a maior preocupação? A maior preocupação é de perder a teta. Eu deixei marcado na minha publicação, deixei marcado lá, se esse prefeito sair [gestos de alegria].

Se Deus quiser, o povo tirar esse prefeito do poder aqui, eu me comprometo, o Prefeito que entrar eu vou lavar a Prefeitura, vou desinfetar a Prefeitura com cândida e criolina, porque ali dentro ali, fora do sério, contaminou. Graças a Deus, desde 2017, eu bati firme em cima da saúde pública (...)"

A decisão do TRE-SP, ao considerar que a situação constituía pleno exercício da atividade parlamentar, privilegiou a proteção da liberdade de expressão e afirmou esse tipo de manifestação como inapta à configuração de propaganda antecipada, conforme se depreende deste trecho:

Dessa forma, conclui-se a manifestação em exame, proferida na Tribuna da Casa Legislativa por vereador no exercício do seu mandato, está abrangida pela inviolabilidade prevista no dispositivo supratranscrito e, portanto, não é apta a configurar propaganda eleitoral antecipada negativa.

Contudo, há ao menos uma dúvida que pode surgir dessa interpretação: o entendimento do magistrado prevalece caso não se trate de discurso feito por parlamentar no exercício de sua atividade?

Houve, no acórdão, menção dessa possibilidade: "Ainda que não se tratasse de pronunciamento no exercício da atividade parlamentar, *in casu*, **não se verifica pedido de não voto e menção ao pleito vindouro, mas**

---

<sup>23</sup> TRE/SP - acórdão 0600074-43.2020.6.26.0237 (relator: Maurício Fiorito | Data de julgamento: 15.06.2021).

**sim crítica ácida e contundente** ao então Prefeito Municipal, o que faz parte do debate político" [grifos meus].

O que se observa nesse julgamento, e naqueles descritos antes dele, é uma postura interpretativa do Tribunal que não vislumbra aplicar punição a partir de "equivalentes semânticos" de um pedido explícito de voto.

O caráter expressamente político dos conteúdos impugnados se demonstra insuficiente para configuração da propaganda antecipada quando os elementos empregados estão restritos à pré-campanha, ou não envolvem utilização de meio proscrito, ou atentado aos princípios eleitorais, como a paridade entre os futuros candidatos.

### **3.1.2. Decisões com votação divergente**

Ainda que pouco presentes na pesquisa, os casos com votação divergente foram essenciais para a identificação de teses conflitantes no processo de caracterização de pedido explícito de voto. Apenas 4 casos apresentaram votação com divergência de entendimento entre os magistrados.

A discussão constante nesses acórdãos tratou: de elementos que tornam o pedido explícito; do tratamento de terceiros, como eleitores, nos casos em que eles são os autores das supostas propagandas antecipadas; e da extensão da caracterização desse tipo de propaganda para situações em que não há pedido de voto, ainda que o meio da mensagem seja proscrito.

Nota-se, assim, que o processo decisório não está mais restrito àquele raciocínio por exclusão recorrente nas votações unânimes – "se o caso não possui palavras-chave de pedido de voto, logo não configura propaganda eleitoral antecipada"; e vice-versa.

As situações que apresentaram votação divergente parecem deter particularidades que exigem dos julgadores um exame mais complexo, no qual são verificados elementos não restritos às palavras empregadas. O espaço entre a indeterminação legal do que seja um pedido explícito de

voto e a necessidade de resolução dos casos é, então, preenchido por construções jurisprudenciais – o que não significa que a jurisprudência seja aplicada com uniformidade.

A pequena quantidade de acórdãos permite comentários particularizados sobre cada um. Dentre os 4 julgados com mais de um voto, 3 apresentaram divergência quanto a aspectos materiais para configuração de propaganda. Por isso, apenas tais julgados terão destaque neste subcapítulo – o quarto acórdão<sup>24</sup> apresentou discordância recursal, cuja divergência não integra o escopo da pesquisa.

### **O caso dos *busdoors***

O objeto de análise do primeiro acórdão<sup>25</sup> foram os *busdoors*<sup>26</sup>. O anúncio contido nos veículos consistia em imagem de pré-candidatos acompanhada da mensagem escrita “Bem-vindo, novo cidadão Osasquense, Tarcísio de Freitas”.

**Figura 4** - Fotografia de *busdoor*



Fonte: Acórdão 0600180-66.2022.6.26.0000 (2022).

<sup>24</sup> TRE/SP - 0600132-39.2020.6.26.0401 (Relator Nelson Agnaldo | Data de julgamento: 02.07.2021).

<sup>25</sup> TRE/SP - 0600180-66.2022.6.26.0000 (Relatora Maria Claudia Bedotti | Data de julgamento: 26.07.2022).

<sup>26</sup> *Busdoors* são divulgações de conteúdo publicitário em ônibus, normalmente na janela traseira.

A divergência interpretativa está na extensão jurisprudencial do que pode configurar propaganda eleitoral antecipada: para o voto vencedor, prevalece a tese de que “é inequívoca a opção legislativa de proibição exclusiva do pedido explícito de voto”; por sua vez, para o voto divergente, o uso de meio proscrito (ônibus é bem público e, portanto, tem seu uso para publicidade eleitoral vedado por lei<sup>27</sup>) é passível de ser configurado como propaganda eleitoral antecipada.

Embora conflitantes em relação ao resultado do julgamento, ambas interpretações se mostraram sustentáveis com base na jurisprudência do TSE.

A posição mais restritiva defende que o caso analisado seja um *indiferente eleitoral*, pois avalia que o *busdoor* não ostenta conteúdo relacionado a eleições, contendo apenas imagem dos pré-candidatos e mensagem de saudação sem vinculação “a pretensas candidaturas ou à existência de algum sinal de campanha”.

Nesse sentido, afirma, com base nos incisos IV e IX do art. 5º da Constituição Federal, que “a restrição e a glosa a manifestações políticas somente devem ser implementadas quando configurada flagrante violação de direitos constitucionais e/ou da legislação eleitoral”.

Ademais, argumenta que

o Tribunal Superior Eleitoral fixou a tese de que, **para a configuração da propaganda antecipada, o pedido de votos deve ser, de fato, explícito, vedada a extração desse elemento a partir de cotejo do teor da mensagem e do contexto em que veiculada**<sup>28</sup>

e também que

(...) a configuração da infração ao artigo 36 da Lei 9.504/97, em face de fatos relacionados à propaganda tida por implícita, ficou substancialmente mitigada, ante a vedação apenas ao pedido explícito de votos e com permissão da menção à pré-candidatura, exposição de qualidades pessoais e até

<sup>27</sup> Art. 37 da Lei 9.504 de 1997.

<sup>28</sup> AgR- REspe nº 29- 31/RJ, rel. Min. Luís Roberto Barroso, julgado em 30.10.2018, DJe de 3.12.2018



mesmo alusão a plataforma e projetos políticos<sup>29</sup> [grifos meus].

O voto divergente propõe interpretação ampliativa do pedido explícito de voto para configurar propaganda antecipada. O magistrado argumenta que “(...) o C. Tribunal Superior Eleitoral já se posicionou, em recente julgado, ressaltando que **‘o emprego de meio proscrito na pré-campanha é apto a configurar a propaganda eleitoral antecipada, ainda que não haja pedido explícito de votos’**<sup>30</sup> [grifos meus].

A contraposição entre esses dois votos pode gerar questionamentos sobre o sopesamento da jurisprudência na avaliação dos casos: *é possível valorar entendimentos divergentes, mas aplicáveis a uma mesma situação, de um mesmo Tribunal Superior? Se sim, como?*

No decorrer da pesquisa identifiquei uma predominância de referência a decisões que interpretaram o art. 36-A da Lei das Eleições de forma mais restrita – considerando primeiro o emprego de “palavras mágicas” e, depois, integrando-as ao contexto. Tal procedimento parece ter sido adotado neste julgamento: o voto vencedor não identificou uso de palavras-chave específicas associadas a “pedir voto explicitamente” e, por isso, não constatou a existência de propaganda antecipada.

Contudo, a afirmação, feita no voto vencedor, de que não foi constatada existência de sinal de campanha parece inusitada: a informação de que o então pré-candidato, Tarcísio de Freitas, poderia concorrer ao Governo de São Paulo não era segredo algum.

Generalizando essa provocação, é possível afirmar que existem elementos constantes das próprias propagandas que não são propriamente aferidos pelo Tribunal, seja pela análise focada nas palavras-chave, seja por não haver uma sistematização de quais são esses elementos ou de um modelo para que tais elementos sejam avaliados.

---

<sup>29</sup> AgR-REspe 85-18/SP, Rel. Min. ADMAR GONZAGA, julgado em 3.8.2017

<sup>30</sup> AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL ELEITORAL nº 060009625, Acórdão, Rel. Min. RICARDO LEWANDOWSKI, publicado em 13.06.2022

## O caso da postagem com a hashtag “tbt”

O segundo caso<sup>31</sup> com votação não unânime tem por objeto *postagem em rede social*, feita e comentada por eleitor, referente à eleição anterior (2016). Utilizando-se da *hashtag* “tbt”<sup>32</sup> (*Throwback Thursday*), o eleitor publicou foto de pré-candidatos que já haviam disputado outro pleito eleitoral e escreveu: “*Faltam exatos 80 dias para continuar e avançar*”.

**Figura 5** - Postagem com a *hashtag* “tbt”



Fonte: Acórdão 0600069-02.2020.6.26.0211 (2021).

A divergência entre os magistrados recaiu, principalmente, sobre a existência de infração, uma vez que a postagem foi feita por eleitor.

As teses contrapostas foram, por um lado, de que se tratava de posicionamento pessoal do eleitor, o que, pela Resolução nº 23.610 do TSE

<sup>31</sup> TRE/SP - acórdão 0600069-02.2020.6.26.0211 (Relator Paulo Galiza | Data de julgamento: 28.07.2021).

<sup>32</sup> Trata-se de acrônimo usado em redes sociais para publicação de fotos antigas às quintas-feiras.

(artigos 27, §1 e 2<sup>33</sup> e 28, §6<sup>34</sup>), tem tratamento diferenciado, mesmo para manifestações feitas na internet; e, por outro, que a interpretação sistêmica da legislação e da Resolução sustenta que a propaganda eleitoral antecipada é proibida para todos, candidatos ou não.

O voto vencedor, favorável ao eleitor, destacou em sua construção argumentativa que "postagens de eleitores são passíveis de sanção na hipótese de ofensa à honra de terceiros ou de notícia de fatos sabidamente inverídicos". Declarou também a impossibilidade de afirmar que o eleitor tenha feito a postagem por ordem dos pré-candidatos beneficiados, tratando-se apenas de divulgação do seu posicionamento pessoal.

Por sua vez, a corrente divergente sustentou que o tratamento diferenciado, estabelecido pela Resolução do TSE, não autoriza que o eleitor divulgue pedido explícito de voto e que "incitar alguém a votar em outrem no período ainda não destinado à propaganda eleitoral deve ser reconhecido como ilícito eleitoral."

Considerando os parâmetros das palavras que denotam pedido de voto e também as questões contextuais (no caso, uma postagem em rede social 80 dias antes da eleição), é possível questionar se, de fato, há incitação expressa a voto e se esta seria capaz de afetar o pleito ou a isonomia dos pré-candidatos.

Se o Tribunal opta por levar em conta, para a conclusão de seu julgamento, tanto o contexto da mensagem como as palavras-chave empregadas, a referida postagem tem mais semelhanças com uma

---

<sup>33</sup> Art. 27. É permitida a propaganda eleitoral na internet a partir do dia 16 de agosto do ano da eleição (Lei nº 9.504/1997, art. 57- A) . § 1º A livre manifestação do pensamento de pessoa eleitora identificada ou identificável na internet somente é passível de limitação quando ofender a honra ou a imagem de candidatas, candidatos, partidos, federações ou coligações, ou divulgar fatos sabidamente inverídicos, observado o disposto no art. 9º-A desta Resolução. § 2º As manifestações de apoio ou crítica a partido político ou a candidata ou candidato ocorridas antes da data prevista no caput deste artigo, próprias do debate democrático, são regidas pela liberdade de manifestação.

<sup>34</sup> § 6º A manifestação espontânea na internet de pessoas naturais em matéria político-eleitoral, mesmo que sob a forma de elogio ou crítica a candidata, candidato, partido político, federação ou coligação, não será considerada propaganda eleitoral na forma do inciso IV do caput deste artigo, desde que observados os limites estabelecidos no § 1º do art. 27 desta Resolução.

manifestação política pessoal de eleitor do que propriamente com a de uma publicidade eleitoral. A configuração de pedido explícito de voto apenas pela consideração das palavras parece limitada diante das características próprias de manifestações em redes sociais.

Afirma-se isso porque não foram feitas análises sobre o canal de comunicação no qual a imagem foi transmitida, sobre o número de pessoas alcançadas e nem sobre a plausibilidade do controle do Tribunal nessas circunstâncias ou sua competência para tal exame.

Ao não considerar esses elementos em suas análises, as construções jurisprudenciais aplicadas pelo TRE aos casos podem ser pouco sensíveis à gama de possibilidades de publicações que a internet oferece - a qual é variável a depender da rede em uso (WhatsApp, Instagram, tiktok, entre outros), do formato do conteúdo e de quem o produz ou compartilha. Aplicações genéricas da jurisprudência podem restringir, equivocadamente, a liberdade do eleitor de se manifestar e de tecer suas opiniões políticas livremente.

### **O caso da publicação feita por eleitor com pedido de voto**

O último caso<sup>35</sup> de não configuração de propaganda eleitoral antecipada com divergência de votos também trata de pedido de voto feito por eleitor.

Desta vez, a complexidade da questão não está na dúvida sobre existência de pedido de voto – o posicionamento que prevaleceu afirmou, simultaneamente, a ausência de propaganda e a presença de pedido de voto. A justificativa para tal conclusão, que pode parecer ilógica diante dos demais casos, foi o tratamento diferenciado do eleitor responsável: para o magistrado, pedido realizado por eleitor não poderia configurar propaganda eleitoral.

O texto do *post* foi transcrito no acórdão:

---

<sup>35</sup> TRE/SP - acórdão 0600116-69.2020.6.26.0083 (Relator Paulo Galiza | Data de julgamento: 04.03.2021).

*Agora temos o nosso pré-candidato, vamos à luta e rumo à Vitória. Sei que os adversários irão jogar sujo, mas os que estão na administração conhecemos todos, vai de vc eleitor aceitar a mudança, não se esqueça reeleição e continuação, nunca foi bom para o país e nem para o município. É hora de trocarmos tudo, desde a Câmara Municipal até o Executivo, não se esqueça se vc votar na situação só vai mudar o batedor, o chicote continuará o mesmo. Junte-se ao Emerson, e vamos mudar. Dia 15 vote no 15. Juntos somos mais fortes.*

Excepcionalmente, quatro votos distintos foram apresentados no acórdão, sendo um deles declaração de convergência com a tese vencedora. As interpretações concorrentes estão descritas na sequência.

O voto vencedor decidiu, quanto ao eleitor, que o pedido antecipado foi divulgado de forma espontânea (noção que não é definida ou precisamente delimitada no acórdão) e, conforme Resolução 23.610 do TSE, não poderia ser considerado uma infração. Em relação ao pré-candidato, afirmou que não havia provas sobre seu conhecimento da postagem – ponto em comum com os demais votos.

Já os dois votos divergentes consideraram, com fundamento na interpretação sistêmica da legislação e da Resolução, que o eleitor estaria sujeito ao pagamento de multa por propaganda eleitoral antecipada, pois a postagem apresentava recomendação de voto em candidato determinado, fazendo uso das “palavras mágicas”<sup>36</sup>.

Afirmam, então, que a Lei das Eleições assegura a livre manifestação de pensamento do eleitor, cujo direito não se confunde com autorização para divulgar pedido explícito de voto, uma vez que o potencial de prejuízo à igualdade entre *players* é inquestionável.

Destaca-se que houve na análise desse caso consideração acerca da rede social em que o suposto pedido foi veiculado:

**Ocorre que, no caso em tela, a manifestação de expressão do eleitor, ao pedir votos ao pré-candidato, não se limitou a um micro-grupo de indivíduos ou a um grupo fechado no aplicativo Whatsapp. Ao propagar o pedido expresso de voto via Facebook, rede social aberta, compartilhando, junto, um anúncio de**

---

<sup>36</sup> AgR-AI 29-31, rel. Min. Luís Roberto Barroso, DJE de 3.12.2018

**pré-candidatura** de EMERSON ADOLFO DE GOES, **o eleitor assumiu o risco de disseminação para um grupo indeterminado de indivíduos, fora de sua esfera controle.** Isso porque, na rede social Facebook, a comunicação é de natureza pública, podendo não ficar restrita aos seguidores da recorrente. **Tal circunstância tem o potencial inquestionável de macular a igualdade de oportunidade entre os candidatos, não devendo prevalecer, nesse caso, a liberdade de comunicação ou de expressão, sendo, portanto, exceção à regra da preferência por este direito.** [grifos meus]

Como já foi pontuada, as inferências o Tribunal que qualificam os casos a partir das redes sociais em que a mensagem foi comunicada parecem, simultaneamente: solucionar a questão do tratamento das particularidades de cada situação; e resultar em uma ultrapassagem das competências e capacidades do Tribunal, pois não existem parâmetros consolidados de como avaliar, por exemplo, a relação entre a rede social, o tipo de postagem e seu impacto sobre o período pré-eleitoral.

Neste caso, como se viu, não há dúvida de que as palavras que compõem a mensagem da publicação constroem uma indicação de voto. A menção explícita à legenda – que por si só não é considerada propaganda antecipada – foi acompanhada por texto que tem como interlocutor direto outros eleitores e que argumenta pela eleição de um dos pré-candidatos.

Todavia, fez-se notável que a condição de eleitor do autor da postagem foi fator decisivo para o resultado do recurso. Na minha interpretação, essa conclusão é representativa da defesa da liberdade de expressão dos eleitores e coerente com o dever da justiça eleitoral de garantir a lisura do processo eleitoral, o que compreende as garantias de respeito à soberania popular e à cidadania.

## **Conclusão**

A análise comparativa entre os três acórdãos descritos evidencia que a jurisprudência do TSE é adotada como parâmetro para o desenvolvimento de metodologias de análise por parte do TRE-SP. Ainda que os entendimentos jurisprudenciais diverjam na aplicação a outros casos,

nota-se que prevaleceu, entre os acórdãos pesquisados, o critério das “palavras mágicas”: verifica-se a presença de determinadas palavras-chave (“vote”, “apoie” ou ordens no imperativo que denotem pedido explícito de voto), e depois o contexto das manifestações. Caso essas palavras não estejam empregadas, outros pontos de análise – como o contexto político em que a suposta propaganda foi feita ou o fato de ter sido publicada por eleitores – aparentam ter relevância, ainda que reduzida, para o julgamento.

### **3.2. Casos de configuração**

A configuração de propaganda eleitoral antecipada foi resultado minoritário na pesquisa, sendo o resultado de 13 dos acórdãos analisados. Dentre eles, 11 são de propaganda antecipada positiva e 2 são de propaganda eleitoral negativa – construção que inclui pedidos explícitos de não voto no grupo de atividades vetadas da pré campanha.

No universo dos casos estudados, o entendimento do Tribunal quanto à existência da propaganda parece tender ao consenso, pois 11 dos 15 acórdãos com propaganda tiveram votações unânimes. Isoladamente, esse resultado pode sugerir ao menos duas hipóteses: uma consiste na afirmação de que os critérios empregados para avaliar pedido explícito de voto (ou não voto) foram objetivos e, portanto, menos dependentes de inferências dos julgadores sobre aspectos subjetivos; e uma segunda que atribui essa unanimidade à existência de coincidências de circunstâncias entre os casos analisados.

O número reduzido de acórdãos permite que, novamente, sejam comentados um a um. Assim, o presente subcapítulo discorre sobre os casos em que restou configurada propaganda eleitoral antecipada, positiva ou negativa, e propõe abordagem comparativa entre os julgados.

Pretende-se, com isso, tornar possível o exame das hipóteses mencionadas acima, de modo a averiguar se alguma delas prevaleceu e se houve a manutenção dos parâmetros de análise vistos no subcapítulo

anterior – o emprego de palavras específicas e a consideração secundária do contexto.

Por objetivar a comparação entre os casos, a análise foi estruturada por agrupamentos que consideram a qualidade da propaganda, positiva ou negativa, e o meio em que ocorreu. Supõe-se, assim, que a divisão pode apresentar indícios de como o Tribunal categoriza os casos e aplica a jurisprudência.

O exame detalhado das decisões a partir de casos ilustrativos também pode ser objeto de referência de como os candidatos podem organizar suas campanhas de modo a evitar para o risco de condenação.

### **3.2.1. Propaganda eleitoral antecipada positiva**

Primeiramente serão abordados os acórdãos em que as supostas propagandas ocorreram em meio virtual (5). Na sequência, o desenvolvimento será centrado nas situações em que a atividade ou o material impugnado foi veiculado fisicamente (4).

#### **3.2.1.1. Configuração unânime em meio virtual**

A propaganda antecipada positiva em meio virtual foi configurada 4 vezes em postagens em rede social (todos esses casos foram no Facebook) e uma única vez em mensagens de WhatsApp<sup>37</sup>.

### **O caso das postagens múltiplas feitas por eleitores**

---

<sup>37</sup> Cumpre ressaltar que a opção por separar a última rede social das demais se justifica tanto por características do próprio WhatsApp, cuja ênfase é a comunicação em *chats* privados, quanto pela diferenciação, às vezes feita pelo Tribunal, da forma de tratamento das atividades realizadas em cada uma das redes.



O primeiro acórdão<sup>38</sup>, que concluiu pela existência de propaganda antecipada em rede social, tratou de publicações feitas por terceiros em favor de dois pré-candidatos.

O magistrado iniciou o voto com considerações acerca do que a doutrina e a jurisprudência definem como propaganda eleitoral<sup>39</sup> e quais as características que a tornam antecipada, destacando as datas do período de campanha<sup>40</sup>, a necessidade de existir pedido explícito de voto e, também, afirmando que a propaganda eleitoral antecipada se configura quando há ofensa à paridade de armas – isso é, quando se extrapolam os limites de forma e meio impostos aos atos de campanha.

Também foi feita referência aos critérios verbais de identificação de pedidos explícitos – como a “utilização de ‘palavras mágicas’ (vote em, vote contra, apoie, derrote, eleja) ou outras expressões congêneres”<sup>41</sup> – e a importância de se analisar o emprego das expressões e palavras considerando “o contexto e a forma como a expressão ou frase foi utilizada”.

Por fim, o magistrado menciona jurisprudência do TSE que estabeleceu parâmetros de análise para as hipóteses de propaganda:

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.<sup>42</sup>

<sup>38</sup> TRE/SP - 0600903-59.2020.6.26.0290 (Rel. Manuel Pacheco | Data de julgamento: 24.06.2021).

<sup>39</sup> “Nesse sentido, José Jairo Gomes afirma que ‘constitui propaganda eleitoral aquela adrede preparada para influir na vontade do eleitor, em que a mensagem é orientada à atração e conquista de votos’ (GOMES, José Jairo. Direito eleitoral/ José Jairo Gomes - 15ª edição - São Paulo: Atlas, 2019, pág. 543)” – trecho da página 6 do acórdão 0600903-59.2020.6.26.0290.

<sup>40</sup> Ressalto que, pela legislação, a data de início da campanha eleitoral é 16 de agosto do ano da eleição, mas que esse marco teve alteração no pleito de 2020 em razão da Emenda Constitucional nº 107/2020, a qual considerou o contexto de calamidade pública decorrente da pandemia de Covid-19 e modificou a data para 27 de setembro.

<sup>41</sup> TSE - AgR-AI n. 29-47/MG, Rel. Min. Napoleão Nunes Maia Filho, J. 30.05.2017.

<sup>42</sup> Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral n. ° 060048973 - São Luís/MA, Relator: Min. Luís Roberto Barroso, DJE de 06.03.2020).

Após apresentar essas premissas, o relator passou à análise do conteúdo das postagens. Além de reunir imagens, o acórdão agrupa diversas transcrições das publicações, as quais desde o início são caracterizadas pelo julgador como uso de “palavras mágicas”, sendo exemplos:

“QUEM COMPARA VOTA 45” ; “DUDA 2020”, “DUDA 45 LENINHA” - #TO COM ELE 45 ”; “#Floíneasemcorrupção” - “Vamos continuar trabalhando por uma cidade melhor” - “APROVA 72%” ; “QUANDO VOCÊ FAZ UMA ESCOLHA, VOCÊ MUDA O FUTURO. EU VOTO 45” ; “Toda mudança começa por você” - “VOTE CONSCIENTE - “Construindo o futuro” - DUDA E LENINHA” - “EU VOTO 45”; “DUDA E LENINHA” - “RUMO À REELEIÇÃO; “ACEITA QUE DÓI MENOS” - “PARA PREFEITO DUDA 2020”; “Pai como faço para destruir a corrupção de Florínea??? - “Aperte o 45 e confirma ” ; e “Você quer paz vem com a gente” - “Sou 45 Sou da Paz”.

**Figura 6** - Múltiplas postagens de eleitores no Facebook



Fonte: Acórdão 0600903-59.2020.6.26.0290 (2021).

**Figura 7** - Múltiplas postagens de eleitores no Facebook



Fonte: Acórdão 0600903-59.2020.6.26.0290 (2021).

A partir da análise desses conteúdos, afirmou-se que o viés eleitoral é incontroverso e que as publicações feitas não se limitaram à divulgação dos pré-candidatos ou à exaltação de suas qualidades pessoais, havendo emprego de “palavras mágicas” - expressões e frases de apoio político e referências diretas ao pleito, nomes, número da legenda partidária.

Outrossim, a consideração do contexto parece secundária em relação a esses elementos: “[os recorridos] transmitem mensagens das quais se extrai **contornos do pedido de votos, especialmente em razão do contexto em que foram realizadas (...)**”. [grifos meus]

O teor das publicações, tanto no que se refere aos trechos transcritos quanto às imagens, é bastante enfático em relação ao apoio aos pré-candidatos e à sugestão de voto aos outros eleitores. A ausência de divergência entre os juízes quanto à existência de pedido explícito de voto aparenta refletir concordância sobre a expressa irregularidade das publicações impugnadas no caso.

Todavia, estranha-se que não tenha havido discordâncias quanto à condenação diante do fato de que as publicações eram de autoria de eleitores – como observado anteriormente, essa circunstância é matéria ainda não estabilizada e recorrentemente discutida nos casos com votos divergentes.

### O caso do “vamos juntos?”

O segundo acórdão<sup>43</sup> que configurou propaganda antecipada positiva em rede social tratou de uma situação mais complexa do que a anterior. Além da existência de suposta propaganda, foram analisados os efeitos da publicação, uma vez que a postagem impugnada foi editada com o objetivo de excluir a expressão que poderia ser interpretada como uma das “palavras mágicas”.

A publicação impugnada apresenta uma imagem do pré-candidato acompanhada de informações acerca de sua formação acadêmica, política e reconhecimentos. O *post* contém a seguinte legenda: “Além de caráter, o preparo é fundamental para ser um bom Prefeito. Vamos Juntos?”.

**Figura 8** - Postagem antes da edição



<sup>43</sup> TRE/SP - 0600077-95.2020.6.26.0237 (Relator Nilton Agnaldo | Data de julgamento: 08.06.2021).

Fonte: Acórdão 0600077-95.2020.6.26.0237 (2021).

A edição da postagem, posteriormente realizada, consistiu na supressão da expressão “Vamos juntos?”, a mesma que, na argumentação do magistrado, constituiu o pedido de voto:

Destarte, a propaganda em comento não se destina apenas a divulgar atos de promoção pessoal do candidato, uma vez que é possível identificar o pedido explícito de votos por meio da utilização da frase “Vamos juntos”, ainda que a mensagem tenha sido posteriormente editada a fim de excluir a referida expressão.

O exame da expressão teve por parâmetro a jurisprudência de “palavras mágicas”<sup>44</sup>, de modo que a expressão “vamos juntos” foi considerada equivalente

(...) semanticamente, a um pedido explícito de votos. Trata-se de **clara exortação** a uma ação esperada do eleitor, qual seja a de que vote no autor da postagem. **Não há, de fato, outro sentido a ser dado ao texto, pois, para que sigam juntos o pré-candidato e o eleitor no comando da prefeitura, o primeiro e decisivo passo é o sufrágio.**  
[grifos meus]

A comparação entre este caso e o descrito anteriormente, com múltiplas publicações e imagens impugnadas, permite que se observe, com destaque, algumas nuances nas caracterizações de pedido explícito de voto e de propaganda antecipada.

O caso em análise é notadamente menos expresso em seu suposto pedido de voto – a análise judicial expande o parâmetro das “palavras mágicas” ao afirmar que a expressão “vamos juntos” equivale **semanticamente** a um pedido explícito de voto.

Também chama a atenção a questão, pouco debatida no acórdão, da edição da publicação. Uma indagação possível é: se era apenas o emprego

---

<sup>44</sup> “O pedido explícito de votos pode 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” (AgR-AI 29-31, rel. Ministro Luís Roberto Barroso, DJe de 03.12.2018)

da expressão “vamos juntos” que caracterizava a irregularidade, a sua remoção não seria o suficiente para que o conteúdo fosse considerado tão somente um enaltecimento do candidato com clara menção a uma pré-candidatura?

### **O caso da publicação feita e removida por terceiro**

O terceiro caso<sup>45</sup> identificado como propaganda antecipada positiva em rede social reúne aspectos dos dois casos anteriores: publicação feita por terceiro e edição, para remover o conteúdo.

O acórdão reformou decisão da primeira instância, a qual deixou de aplicar a multa prevista sob o argumento de que a rápida supressão da propaganda irregular minimizou o impacto de eventuais danos e o potencial desequilíbrio na disputa. Não há na decisão, entretanto, informações sobre esses danos e tampouco descrição ou imagem da publicação.

O julgador do TRE-SP, então, considerou desnecessária nova análise do material e declarou ser indiscutível, com base no §3º, do art. 36, da Lei das Eleições, que “a pena pecuniária prevista na regra supracitada deve ser imposta ao recorrido Amilton Cesar Dias, tendo em vista que a publicidade tida como antecipada foi propagada em seu perfil pessoal do Facebook”.

A questão da remoção do conteúdo foi tratada a partir de jurisprudência do próprio TRE-SP, na qual se afirma que “a imediata retirada da propaganda eleitoral não afasta a aplicação da multa prevista no artigo 36, § 3º, da Lei nº 9.504/97”<sup>46</sup>.

Assim, ainda que sem nova discussão sobre a suposta propaganda, o terceiro foi condenado a pagamento de multa mesmo após a exclusão da publicação, ordenada pela primeira instância anteriormente. A

---

<sup>45</sup> TRE/SP - acórdão 0600049-63.2020.6.26.0323 (Relator Marcelo Vieira de Campos | Data de julgamento: 20.05.2021).

<sup>46</sup> TRE/SP - RE - RECURSO nº 216-86.2016.6.26.0124 - SÃO JOSÉ DO RIO PARDO - SP - Acórdão de 02.09.2016 - Relatora Des. Marli Marques Ferreira - Publicação: PSESS - Publicado em Sessão, Data 02.09.2016.

pré-candidata beneficiária da propaganda eleitoral não foi condenada por não ter sido possível comprovar seu prévio conhecimento.

Pertinente destacar que o “terceiro” não foi caracterizado, no acórdão, em momento algum como eleitor. Proposital ou não, a omissão sobre essa qualidade da parte parece ter afastado as discussões sobre o tratamento diferenciado das manifestações de eleitores.

### **O caso da transmissão de convenção partidária**

O último caso<sup>47</sup> de propaganda configurada no Facebook tratou de convenção partidária que foi transmitida ao vivo na rede social. A questão avaliada pelo TRE-SP, portanto, não foi a realização de pedido na convenção partidária, evento de correligionários, mas sim sua transmissão – aspecto para a qual há jurisprudência do TSE desde 2016<sup>48</sup>.

---

<sup>47</sup> TRE/SP - acórdão 0600085-50.2020.6.26.0406 (Relator Paulo Galiza | Data de julgamento: 26.01.2021).

<sup>48</sup> “ELEIÇÕES 2016. AGRAVO REGIMENTAL EM RECURSO ESPECIAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA INTRAPARTIDÁRIA. REDE SOCIAL. FACEBOOK. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. NÃO CONFIGURAÇÃO. AUSÊNCIA DE PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTO. TRANSMISSÃO AO VIVO PELO FACEBOOK DAS CONVENÇÕES PARTIDÁRIAS. INEXISTÊNCIA DE VEDAÇÃO LEGAL. AGRAVO REGIMENTAL DESPROVIDO. 1. Na origem, a Corte regional manteve a decisão do Juízo eleitoral que julgou parcialmente procedente o pedido na representação por propaganda eleitoral antecipada, decorrente do desvirtuamento de propaganda intrapartidária. 2. A decisão agravada deu provimento ao recurso especial - porquanto, consoante delineado no acórdão, durante a transmissão ao vivo da convenção partidária em questão, na página pessoal do Facebook do agravado, inexistiu pedido explícito de voto, requisito indispensável para configurar propaganda eleitoral antecipada, nos termos do art. 36-A da Lei das Eleições e da jurisprudência pacífica desta Corte Superior - e afastou, por conseguinte, a respectiva multa. 3. Na linha da recente jurisprudência do TSE, a divulgação de mensagem que faz menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais de pré-candidatos e outros atos, que poderão ter cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via internet, desde que não haja pedido explícito de voto, não configura propaganda extemporânea, nos termos da redação dada ao art. 36-A pela Lei nº 13.165/2015. Precedentes: Rp nº 294-87/DF, rel. Min. Herman Benjamin, DJe de 9.3.2017; AgR-REspe nº 3-96/DF, rel. Min. Luiz Fux, DJe de 20.2.2018; REspe nº 51-24/MG, rel. Min. Luiz Fux, DJe de 18.10.2016; AgR-REspe nº 43-46/SE e AgR-AI nº 9-24/SP, julgados em conjunto em 26.6.2018. 4. Alicerçada a decisão impugnada em fundamentos idôneos e ausentes argumentos hábeis para modificar tal decisão, não merece ser provido o agravo interno. 5. Agravo regimental não provido”. (RESPE nº 27760, Acórdão de 27.11.2018, Relator(a) Min. Og Fernandes, DJE de 19.12.2018)

O trecho impugnado do vídeo foi:

“Vamos divulgar o nome da Raquel. Ela é a nossa candidata a Prefeita ao Município de Praia Grande. Pré-candidata. Vai pra registro. Vai pra campanha dia 27 E VAMOS VOTAR EM RAQUEL, pra poder fazer a grande transformação”.

A parte responsável pela transmissão destacou que o material foi prontamente excluído após o final do ato partidário.

O magistrado considerou que, “(...) ainda que se defenda tratar de propaganda dirigida aos convencionais, sua veiculação, ao vivo pelo Facebook, alcançou os eleitores em geral”, tendo a transmissão extrapolado os limites legais ao pedir expressamente voto para a pré-candidata. Afirmou, ainda, que, estando ciente da transmissão ao vivo, “(...) deveria o recorrente redobrar os cuidados, mesmo que a fala tenha durado poucos segundos”.

Neste caso, nota-se que o julgamento do Tribunal considerou tanto o que foi dito, quanto o contexto – mesmo sem mencionar a jurisprudência das “palavras mágicas”.

O voto do relator destacou ser evidente o intuito eleitoreiro da mensagem, a qual “não gera dúvida” quanto à pessoa a quem o pedido de votos foi destinado. Assim, ainda que, separadamente, o pedido de voto em convenção partidária e a mera transmissão ao vivo da convenção não configurem irregularidades, juntos, esses aspectos afrontam as normas dispostas nos artigos 36 e 36-A da Lei nº 9.504/97.

### **O caso da propaganda via *WhatsApp***

O último acórdão<sup>49</sup> de meio virtual confirmou a decisão da primeira instância em caso de propaganda eleitoral antecipada feita por mensagens de WhatsApp.

---

<sup>49</sup> TRE/SP - 0600463-09.2020.6.26.0211 (Relator Manuel Pacheco | Data de Julgamento: 08.04.2021)



Como pressupostos da análise, o julgador destacou, para além da data, a presença de pedido explícito de voto – passível de identificação pela utilização de “palavras mágicas” e expressões congêneres –, que indicou por citações de jurisprudência do TSE<sup>50</sup>.

O documento não apresenta transcrição ou descrição do conteúdo das mensagens, estando disponível a seguinte caracterização:

No caso, da análise das provas constantes dos autos, constata-se que a recorrente, pré-candidata a vereadora no município de Indaiatuba, utilizou dados pessoais, constantes do cadastro eletrônico do Sindicato dos Comerciantes de Indaiatuba, para divulgar, via aplicativo de mensagem WhatsApp, sua pré-candidatura. Portanto, realizou propaganda eleitoral antecipada ao utilizar os dados cadastrais obtidos de forma proibida.

Neste caso, não é possível afirmar que a análise do magistrado considerou o emprego de “palavras mágicas” como ponto central, ainda que essas tenham sido mencionadas no início do voto. A ênfase da decisão aparenta estar no meio proscrito, aspecto destacado pelas jurisprudências referenciadas no acórdão<sup>51</sup>.

---

<sup>50</sup> Acórdãos citados: TSE, AgR-RESPE n. 34342/SP, Rel. Min. Rosa Weber, DJE 08.11.2018; TSE, AgR-RESPE n. 060027081/RN, Rel. Min. Edson Fachin, DJE 22.08.2019; TSE, RESPE n. 0600227-31/PE, Rel. Min. Edson Fachin, DJE 01.07.2019.

<sup>51</sup> “(...) A ênfase que – na discussão dos processos sobre propaganda antecipada – tem sido dada ao debate sobre a existência ou não de pedido explícito de voto pode induzir à conclusão errônea de que, não havendo pedido expresso de voto, tudo é permitido. (...) Todavia, se, para divulgação desse posicionamento pessoal, o pré-candidato contrata espaço publicitário na televisão, certamente haverá propaganda não só antecipada como vedada. 6. É exatamente a situação dos autos, em que o TRE/SP reconheceu a existência de propaganda paga na internet, que era inteiramente vedada à época dos fatos pelo art. 57-C da Lei das Eleições.” - TSE, AgR-RESPE n. 34342/SP, Rel. Min. Rosa Weber, DJE 08.11.2018; “(...) reconhecido o viés eleitoral da propaganda, cumpre analisar eventual existência de “pedido explícito de voto”, cuja presença já torna ilícito o ato de divulgação da pré-candidatura, *per se*; e (iii) inexistente esse pedido, passam a incidir os ônus e as exigências relativos à forma, especialmente a eventual utilização de meios vedados durante o período oficial de propaganda como *outdoor*, brindes, showmício etc.” - TSE, AgR-RESPE n. 060027081/RN, Rel. Min. Edson Fachin, DJE 22.08.2019; “(...) resta caracterizado o ilícito eleitoral quando o veículo de manifestação se dá pela utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda (...)” - TSE, RESPE n. 0600227-31/PE, Rel. Min. Edson Fachin, DJE 01.07.2019.

## **Conclusão**

A análise dos acórdãos que configuraram, unanimemente, propaganda eleitoral antecipada positiva em meios virtuais é demonstrativa quanto ao valor das “palavras mágicas”. As expressões identificadas como pedido explícito de voto – ou equivalente semântico – não estiveram restritas àquelas exemplificadas pela jurisprudência do TSE (vote em, vote contra, apoie, derrote, eleja), tendo sido examinadas à luz do contexto em que foram empregadas, aspecto que permitiu interpretações mais extensivas da irregularidade.

Ressaltou-se, neste mérito, o tratamento diferenciado que os meios virtuais recebem devido ao seu potencial de alcance: fatores como edição das publicações ou sua exclusão, total ou parcial, não foram considerados pelo Tribunal como capazes de eximir a responsabilidade pela propaganda. As redes sociais são compreendidas como espaços de ampla divulgação e, justamente por isso, a correção da propaganda irregular é tida como ineficaz.

### **3.2.1.2. Configuração unânime em meio físico**

A configuração de propaganda antecipada positiva em meios físicos foi confirmada de modo unânime pelo Tribunal em poucas situações (4) e com características bastante diversificadas. Os casos incluem: uso de adesivos em carros e afixação de placas pela cidade; realização de evento similar a comício eleitoral, mas com disponibilização de transporte gratuito a eleitores; e discursos em templos religiosos.

Devido à pequena quantidade de acórdãos e ao caráter *sui generis* dos casos, a apresentação dos casos foi organizada individualmente.

## **O caso da propaganda em eleição suplementar**

O primeiro acórdão<sup>52</sup> tratou de caso de eleição suplementar<sup>53</sup> no município de Piacatu, em que o pré-candidato à Prefeitura iniciou sua campanha antes do marco inicial (17.09.2021) – adiado diversas vezes – estabelecido pelo TRE-SP para a propaganda referente ao novo pleito eleitoral.

O material impugnado contempla carros com adesivos, residências com a fixação de placas e fotos postadas em rede social, tendo sido destacado de sua descrição as “estampadas com o nome do candidato a Prefeito, número de urna, partido político e nome e do Vice”.

**Figura 9** - Material diversificado de eleição suplementar



Fonte: Acórdão 0600098-21.2021.6.26.0210 (2022).

<sup>52</sup> 0600098-21.2021.6.26.0210 (Relator Maurício Fiorito | Data de julgamento: 22.02.2022)

<sup>53</sup> O pleito regular, realizado em 2020, foi anulado após cassação de registro do candidato eleito.

Figura 10 - Postagem relativa à eleição suplementar



Fonte: Acórdão 0600098-21.2021.6.26.0210 (2022).

Diante dessas imagens, o magistrado considerou que *in casu* “restou incontroverso a divulgação de propaganda eleitoral em período vedado”.

Não foi acolhida a argumentação de que o material de campanha havia sido “(...) adquirido e distribuído durante o período inicial de campanha, antes das sucessivas suspensões, o que não caracterizaria propaganda antecipada”, e que “(...) a manutenção e circulação do referido material de campanha durante o período proscrito seria inerente ao direito de liberdade de expressão dos eleitores, não sendo crível que o referido material teria que ser inutilizado durante o período de suspensão”.

Para o Tribunal, a existência de resolução (TRE, Resolução nº 556/2021) definindo normas para a eleição suplementar e para a continuidade da propaganda eleitoral, foi suficiente para afastar o argumento.

Somou-se a isso o fato de os candidatos terem sido expressamente informados, por ofício, da suspensão de todos os atos eleitorais naquele momento. O magistrado aplicou ao caso o artigo 121 da Resolução do TSE nº 23.610/2019, que indica taxativamente a responsabilidade dos candidatos, partidos e coligações de remover a propaganda eleitoral no prazo de até 30 dias após a eleição.

Considerou-se, portanto, que, uma vez suspensa a eleição suplementar, também estavam suspensos os atos dela decorrentes, especialmente os relacionados à propaganda.

Desse modo, diante da ciência das restrições, o Tribunal concluiu que tanto “as circunstâncias demonstram que a conduta foi intencionalmente dirigida para o fim de angariar eleitores” quanto foi descumprido o dever de recolhimento dos materiais e de alerta aos apoiadores “para que se abstivessem de circular com o referido material durante o período vedado”.

Ao confirmar a configuração da propaganda antecipada, o magistrado apresentou jurisprudência do TSE<sup>54</sup> no sentido de “que a propaganda eleitoral antecipada prescinde do pedido expresso de voto, bastando que a conduta do candidato possa ser traduzida em pedido explícito de voto, como foi o presente caso”.

A análise das irregularidades deste caso mostra que essa construção jurisprudencial foi aplicável à situação. Entretanto, podemos considerar que se trata de aplicação extensiva da jurisprudência, haja vista que, para configurar propaganda eleitoral antecipada, o acórdão adotou como parâmetro decisório não somente o uso das palavras-chave, mas também o contexto em que tais palavras foram utilizadas.

Descontextualizado, o entendimento de que a propaganda eleitoral antecipada prescinde de pedido explícito de voto parece incoerente tanto com a Lei quanto com o método de análise visto na maioria dos casos estudados nessa pesquisa – como pontuado nas considerações sobre os casos sem propaganda (não unânimes), a ausência de palavras e termos específicos foi critério suficiente para não configuração de “pedido de voto”.

## **O caso do evento recreativo de pré-campanha com transporte gratuito**

---

<sup>54</sup> TSE - Agravo de Instrumento nº 060278062, Acórdão, Relator(a) Min. Tarcisio Vieira De Carvalho Neto, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Tomo 53, Data 18.03.2020.

O segundo acórdão<sup>55</sup> em que foi configurada a propaganda positiva em meio físico julgou caso em que foi disponibilizado transporte gratuito a eleitores para participação de evento de pré-campanha em espaço recreativo – oferta que, ademais, foi divulgada de modo amplo e distinto, via WhatsApp.

A descrição da propaganda irregular<sup>56</sup> no acórdão menciona a existência de vídeos e imagens do evento “por intermédio dos quais é possível evidenciar a reunião de apoiadores, assim como o discurso promovido pelo interlocutor Pastor Marcos Roberto, o qual, ao que parece, foi responsável por conduzir a ‘festa’, e, conforme seus dizeres, constatou estar diante de um verdadeiro comício”.

Apesar da menção a comício, a caracterização da propaganda eleitoral antecipada se deu porque o evento – aberto ao público em geral e com disponibilização de transporte gratuito a partir de diversos pontos da cidade – foi “claramente dirigido a todos eleitores do município, e não apenas aos filiados partidários.”

Não há, no acórdão, transcrição das mensagens de divulgação e nem a apresentação de imagens do evento. Como a propaganda antecipada já havia sido configurada na instância anterior, o magistrado apenas afirmou que restava claro “o nítido caráter de propaganda antecipada do ato”. Apesar disso, o Tribunal entendeu que não havia abuso de poder econômico, alegação principal do recurso proposto, que buscava relacionar a condenação por propaganda antecipada a esse outro ilícito.

Destaca-se na descaracterização do abuso, entretanto, a conclusão de que

**o evento não alcançou repercussão social relevante no contexto da disputa, de modo a comprometer a legitimidade das eleições e a paridade de armas entre os concorrentes no jogo eleitoral** [grifos meus].

---

<sup>55</sup> TRE/SP - 0600482-13.2020.6.26.0341 (Relator Manuel Pacheco Dias | Data de julgamento 07.12.2021).

<sup>56</sup> O recurso em segunda instância buscou tratar da relação entre a condenação por propaganda antecipada e a existência de abuso de poder econômico, que não restou configurada. A presente pesquisa se atém à análise relativa à propaganda.

Ao sustentar que não houve impacto sobre a paridade de armas entre os concorrentes do jogo eleitoral, quando julga eventual abuso de poder econômico, a decisão apresenta contradições em relação a entendimento jurisprudencial amplamente aplicado na análise de propaganda eleitoral antecipada: de que a configuração do ilícito eleitoral se dá independentemente do alcance.

Assim, embora o Tribunal tenha reconhecido a existência de propaganda eleitoral antecipada no caso, afastou a alegação de abuso de poder econômico, que exigiria exame de outros elementos probatórios para sua configuração. A jurisprudência referenciada teve aplicação restrita aos elementos que tratam do fato (concessão de ônibus gratuito, divulgação ampla em redes sociais), sem que a análise avançasse, propriamente, para identificação de quem são os financiadores do evento, cuja identidade poderia sustentar a alegação de abuso de poder econômico.

Como o escopo dessa pesquisa está limitado às decisões do TRE-SP, não é possível afirmar se esse mesmo comentário foi feito, em primeira instância, no exame da propaganda antecipada.

Contudo, parece pertinente mencionar que essa jurisprudência consolidada e amplamente aplicada do TSE<sup>57</sup>, além de frequentemente referenciada nos acórdãos estudados, considera que o impacto sobre a paridade de armas é um aspecto caracterizador da propaganda eleitoral irregular. Ora, se isso não pode ser verificado para constatar abuso de poder econômico, como pode ser verificado para afirmar a propaganda antecipada?

Assim como no caso anterior, o acórdão não apresentou análises acerca das palavras empregadas, seja nas mensagens de convite ou no próprio evento. O contexto e as circunstâncias do ocorrido parecem ter sido mais determinantes no processo decisório – o que, definitivamente, é excepcional em relação ao método de análise visto, recorrentemente, nos casos em que a propaganda não foi configurada.

---

<sup>57</sup> TSE - RESPE n. 0600227-31/PE, Rel. Min. Edson Fachin, DJE 01.07.2019.

## Os casos de discurso em templo religioso

Os dois casos finais em que houve unanimidade para a configuração de propaganda antecipada positiva foram discursos em templo religioso, espaço proscrito. Trata-se de circunstância na qual a irregularidade de atos eleitorais é imediatamente constatada. Isso não impede, entretanto, que seja feita análise mais minuciosa dos discursos e a verificação do emprego de termos ou palavras que denotem pedido de voto.

Embora os casos sejam similares, a descrição de ambos é pertinente para identificar eventuais nuances na caracterização da propaganda antecipada positiva, sendo possível avaliar o peso dado ao contexto e às palavras.

O primeiro deles<sup>58</sup> condenou o pré-candidato a vereador Wellington (“Sarará”) e um terceiro, pastor Samuel, ao pagamento de multa de R\$5.000,00, cada.

Apesar das alegações dos recorrentes de que a reunião ocorreu a portas fechadas e não aberta ao público geral, de que “não se encontra nenhuma palavra que denote um pedido explícito de votos” e de que “a mera presença do pré-candidato no culto religioso, não é apto a se presumir a existência de prévio conhecimento”, o TRE-SP concluiu, a partir de gravação e transcrição da fala impugnada, tanto pela proscricção do meio<sup>59</sup> quanto pelo emprego de “palavras mágicas”.

O conteúdo da manifestação juntado ao acórdão foi:

“Samuel J. Marques: **Por isso que nós votamos em candidato da Igreja**, eles responde (sic). **Nosso único candidato tá aqui**. O que passar disso... procedência maligna. **Então o candidato da Igreja tá aqui. Sarará. Qual o nome dele?**”

Público: **Sarará!**

---

<sup>58</sup> TRE/SP - 0600086-79.2020.6.26.0359 (Relator Maurício Fiorito | Data de julgamento 22.07.2021).

<sup>59</sup> Vedação a ato eleitoral em templo religioso: artigo 37, caput e § 4º, da Lei nº 9.504/1997.



Samuel J Marques: Não é Sarará o nome dele! Qual o seu nome?

Wellington José dos Santos: Wellington.

Samuel J Marques: É Wellington. Nome bonito, mas ninguém chama ele de Wellington. Sarará é o apelido, é o... (...) **O dele é Sarará.** Sarará Crioulo. Então tá aqui. (...) **Como é o nome do nosso candidato?**

Público: **Sarárá !**

Samuel J Marques: **Qual o candidato da Igreja?**

Público: **Sarárá !**

Samuel J Marques: **Igreja do...?**

Público: **Sarárá !**

Samuel J Marques: **Então é o Sarará! Então lembrem dele.** Orem por ele. Jejue por ele. Quando ele aparecer na sua Igreja, sinta um minutinho com ele, conversa dois minutinhos com ele pra você ver como esse homem tem projeto. Deus abençoe Sarará. (...) Deus abençoe, viu?" (sic) [grifos do acórdão]

Antes de examinar a transcrição acima, o relator procurou conceituar a propaganda eleitoral antecipada através de referências doutrinárias<sup>60</sup> e apresentou definição por exclusão das hipóteses permitidas no *caput* e no § 2º do artigo 36-A da Lei nº 9.504/97<sup>61</sup>, destacando, assim, o caráter explícito como algo que lhe é inerente e as manifestações políticas com as quais não se confunde.

A partir desses pressupostos, o magistrado afirmou que repetição do nome, várias vezes, pelos presentes e o emprego de expressões como "lembrem dele", "nós votamos em candidato da igreja" e "nosso único candidato" evidenciam o caráter eleitoral do discurso, com frases "capazes de induzir os eleitores ao voto (palavras mágicas)".

---

<sup>60</sup> GOMES, José Jairo - Direito eleitoral / José Jairo Gomes - 12ª edição - São Paulo: Atlas, 2016, pág. 493: "quanto ao 'pedido de voto', a vedação constante no 'caput' do artigo 36-A abrange apenas a que ocorre de forma explícita, não, porém, a que se dá de forma implícita, subjacente à comunicação".

<sup>61</sup> "Inicialmente, cumpre destacar que o conceito de propaganda eleitoral antecipada se extrai por exclusão do quanto disposto no *caput* e no § 2º do artigo 36-A da Lei nº 9.504/97, por meio do qual, restritivamente admitem-se, dentre outras, (1) menção à pretensa candidatura, (2) exaltação das qualidades pessoais do pré-candidato, (3) pedido de apoio político, (4) divulgação de ações políticas já desenvolvidas e das que pretende desenvolver, (5) apresentação de ideias, objetivos, plataformas e projetos políticos, (6) manifestação de posicionamento pessoal, (7) e a exposição de atos parlamentares e debates legislativos."

Ademais, o Tribunal, com respaldo da jurisprudência do TSE<sup>62</sup>, considerou insustentáveis as alegações dos recorrentes sobre o evento ser fechado e não haver prévio conhecimento do pré-candidato: o número considerável (não há definição no voto do que seria “considerável”) de pessoas, observadas na gravação, e a interação entre o candidato beneficiário e o pastor foram aspectos decisivos para constatação da irregularidade.

Nesse caso, portanto, a constatação de pedido de voto por meio de “palavras mágicas”, a utilização de forma vedada pela legislação eleitoral e o prévio conhecimento do candidato beneficiário foram elementos considerados conjuntamente para condenação ao pagamento de multa por propaganda extemporânea.

Também tratando de suposta propaganda durante a realização de culto religioso, o segundo acórdão<sup>63</sup> expõe situação em que o pastor se refere ao pré-candidato ao cargo de vereador enquanto tece comentários sobre as eleições municipais de 2020. O acórdão transcreve a descrição feita na sentença do primeiro grau:

Analisemos então o discurso do representado Daniel: inicialmente, ele faz referência ao presidente da Câmara, que, segundo ele, ‘esta Igreja elegeu. Não pedimos nada para ninguém. **Nos unimos e colocamos ele como vereador** e hoje Presidente da Câmara e também autoridade da cidade’. Cita o nome do vereador ‘Abner de Madureira’ e pede para os ouvintes repetirem o nome do vereador. Em seguida, afirma ‘vocês que inventaram isso, porque me obedeceram’.

Na sequência, o representado faz uma clara referência à eleição de 2020, ao dizer ‘**esse ano é ano de luta**’ e afirma que ‘**Certamente alguns vão ter uma falta de juízo de querer levantar contra o pastor. Vou falar aqui, hoje. Se levantar contra o pastor e falar algumas coisas pra você, para tentar angariar votos de você.** Acabando a eleição, como que você vai poder olhar para mim e falar: meu pastor, ora por mim! Não fala mal de mim, não. **Nós**

---

<sup>62</sup> TSE, Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº 35387 - Umirim/CE, rel. Min. Gilmar Mendes, DJE de 05.03.2015: “o prévio conhecimento do beneficiário da propaganda eleitoral irregular também pode ser inferido das circunstâncias e das peculiaridades do caso concreto”.

<sup>63</sup> TRE/SP - 0600007-21.2020.6.26.0062 (Relator Paulo Galiza | Data de julgamento: 20.07.2021).

**vamos continuar no mesmo pensamento. Eu afirmo aqui o mesmo pensamento: deu certo, tá dando certo e por que mudar?'. [grifos do acórdão]**

O processo de análise das falas, feito pelo relator, replicou critérios jurisprudenciais<sup>64</sup> de averiguação de propaganda no período pré eleitoral. Verificou-se primeiro se a natureza da mensagem era de pertinência da Justiça Eleitoral e, depois de reconhecido o caráter eleitoral, observou-se se houve pedido de voto ou emprego de forma proscrita.

Estabelecidos esses parâmetros, o voto teve conclusão assertiva: firmou-se que “no caso concreto, não há dúvida sobre a pertinência da mensagem à Justiça Eleitoral, considerado seu viés eleitoral” e também que

(...) é forçoso reconhecer que houve, evidentemente, a veiculação de propaganda eleitoral antecipada, na medida em que o recorrente, ao mencionar não apenas o pré-candidato Abner de Moraes, que estava presente no evento, como também as eleições, veicula pedido explícito de voto, conduta proibida pelo art. 36-A, caput, da Lei das Eleições.

Foi considerado que o discurso, em seu conjunto, empregava “palavras mágicas” com intenção de angariar votos dos fiéis ao usar expressões como “esta Igreja elegeu” e “nos unimos e colocamos ele como vereador”. A hipótese de que a manifestação se tratava meramente de uma exaltação de qualidades do pré-candidato foi descartada pois o magistrado avaliou que a fala transbordou “(...) os limites permitidos pela legislação eleitoral, com explícito pedido de votos”.

---

<sup>64</sup> TSE - AgR-AI nº 9-24/SP, voto do Min. Luiz Fux: “(a) o pedido explícito de votos, entendido em termos estritos, 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; (c) o uso de elementos classicamente reconhecidos como caracterizadores de propaganda desacompanhado de pedido explícito e direto de votos, não enseja a irregularidade ‘per se’, e (d) todavia, a opção pela exaltação 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”.

O caráter ilícito da veiculação de propaganda eleitoral em bem de uso comum<sup>65</sup> (no caso, a igreja) também foi mencionado como indício da ilegalidade da manifestação. Entretanto, isso não foi relacionado à análise de potencialidade lesiva da conduta. Nas palavras do magistrado:

(...) a demonstração da potencialidade lesiva da conduta não é requisito para a caracterização da propaganda eleitoral antecipada, sendo certo que o precedente citado pelo recorrente desta e. Corte (RE nº 66038) se refere a ação de investigação judicial eleitoral por abuso de poder econômico.

Ainda que os casos de configuração, em meio físico, de propaganda antecipada positiva apresentem características similares em sua ocorrência e no resultado das ações, a análise mais minuciosa da argumentação judicial demonstra uma ausência de parâmetros sólidos no exame das situações.

## **Conclusão**

De acordo com o estudo dos acórdãos selecionados, observa-se que o impacto da propaganda antecipada sobre a paridade de armas dos *players* do processo eleitoral e a potencialidade lesiva da conduta irregular são aspectos mencionados nos votos de modo pouco coerente.

A análise dos dois últimos casos, discursos em templos religiosos, mostrou que, enquanto, para o primeiro magistrado (Maurício Fiorito), o número *considerável* de pessoas expostas à mensagem corroborou para a caracterização ilícita', para o segundo magistrado (Paulo Galiza), a consideração do potencial lesivo que o discurso tem, no contexto em que foi realizado, não é aspecto essencial para a configuração da propaganda antecipada.

Outro aspecto a ser destacado é a constatação do emprego das "palavras mágicas": o acórdão que resultou em propaganda configurada,

---

<sup>65</sup> Trecho do acórdão: "Frise-se, ainda, a proibição de veiculação de propaganda eleitoral em bem de uso comum, como, no caso, a igreja, o que corrobora o caráter ilícito do ato, como destacado no item "d" do voto do e. Min. Luiz Fux acima citado."

em meio físico, devido à realização de evento similar a comício, sequer menciona o uso das palavras e expressões específicas.

A consideração do contexto geral de realização do ato foi determinante. Isso também é notável nos casos de manifestações em igrejas: o apoio aos candidatos é explícito, embora nem sempre sejam usadas as palavras exemplificativas da jurisprudência.

Assim, pode-se afirmar que nesses casos, diferentemente daqueles em que o meio da propaganda era virtual, o contexto das manifestações – sobretudo se relacionado a meios proscritos – é fator relevante para formar a convicção do magistrado pela ocorrência de propaganda eleitoral antecipada. Exemplos disso são a presença dos pré-candidatos em cultos religiosos, tratada como indício de seu conhecimento acerca da propaganda; e a disparada de convites, seguida de disponibilização de transporte gratuito para evento recreativo com atividades de campanha política.

### **3.2.2. Propaganda eleitoral antecipada negativa**

Apenas dois casos no universo da pesquisa tiveram configuração de propaganda eleitoral antecipada negativa, caracterizada pelo “pedido explícito de não voto”. A hipótese é fruto de construção jurisprudencial e doutrinária, pois não há na Lei das Eleições qualquer menção a propaganda negativa. Ambos os casos tiveram votação unânime.

#### **O caso do vídeo com reclamações e ofensas ao prefeito**

O primeiro acórdão<sup>66</sup> tratou de vídeo postado em rede social por terceiro<sup>67</sup>, sem vínculos com o pleito, no qual foram veiculadas reclamações relacionadas ao serviço público de saúde e ofensas ao prefeito,

---

<sup>66</sup> TRE/SP - 0600042-18.2020.6.26.0082 (Relator Marcelo Vieira de Campos | Data de julgamento: 17.03.2022).

<sup>67</sup> Utilizei a denominação “terceiro” pois o acórdão não se referiu à parte como eleitor em momento algum.

pré-candidato à reeleição, junto a clamores para que os eleitores não votassem nele.

O trecho impugnado do vídeo foi transcrito no acórdão: "Pessoal...pense bem, esse ano é ano de eleição. **Não jogue seu voto fora, igual fizeram da última vez**, colocaram esse **bosta** na prefeitura, por que você, Lucas, é um **bosta, um prefeito de bosta**" [grifo do acórdão].

Analisando o excerto, o relator do caso afirmou que o autor do vídeo não se limitou a "tecer críticas e expressar a opinião pessoal quanto à gestão do prefeito, pré-candidato à reeleição, e à qualidade do serviço público municipal de saúde", tendo exclamado que o pré-candidato é "um bosta" e um "prefeito de bosta" e vinculado eleitores à sua sua manifestação de vontade na medida em que "clamou aos espectadores para que não votassem" no prefeito. A frase destacada como pedido expresso e explícito de não voto foi: "Não jogue seu voto fora, igual fizeram da última vez."

Para o Tribunal, os fundamentos para a configuração do ilícito eleitoral divergiram do entendimento do Juízo de primeira instância, que afirmou que a gravação ocorreu no exercício do direito de liberdade de expressão.

Nesse sentido, e com fundamento na jurisprudência do TSE<sup>68</sup>, o julgamento feito no TRE-SP considerou que o reconhecimento do direito de divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas e eleitorais

---

<sup>68</sup> AgR-AI nº 264, rel. Min.. Tarcisio Vieira de Carvalho Neto, 29.08.2017: "[...] Propaganda eleitoral extemporânea negativa na internet. Caracterizada. Abuso do direito constitucional de livre manifestação de pensamento. Anonimato. Ofensa a honra. [...] 2. A moldura fática delineada no acórdão regional revela que o agravante, antes do período permitido para a realização de propaganda eleitoral, utilizou-se de perfil anônimo e falso na rede social Facebook, denominado 'Orlando Enrolando', para criticar politicamente o recorrido – 'ofendem a imagem, a honra e à dignidade do recorrido e como corolário induzem os eleitores a não votar nele' [...] –, motivo pelo qual restou configurada a propaganda eleitoral antecipada negativa. 3. A livre manifestação de pensamento não constitui direito de caráter absoluto. Precedentes. 4. A divulgação de publicação, antes do período permitido, que ofende a honra de possível futuro candidato constitui propaganda eleitoral negativa extemporânea. Precedentes. [...]".

como parte do debate político não afasta a ilegalidade de natureza eleitoral observada no caso concreto.

O sopesamento do direito à liberdade de expressão e a condenação de pessoa que não se encontrava, ao menos explicitamente, envolvida no processo eleitoral são aspectos que se ressaltam nesse caso e que divergem do padrão decisório destacado quando foram apresentados os casos em que não houve configuração de propaganda eleitoral.

O limite entre a crítica protegida pela liberdade de expressão e aquela que, na opinião do magistrado, extrapola e incorre em propaganda eleitoral negativa antecipada não parece ser objetivo - ainda mais quando se toma por consideração que a jurisprudência estabelece a ofensa à honra como critério.

Nesse caso, a condenação ao pagamento de multa, aparentemente, não se restringiu ao que foi indicado como pedido expresso e explícito de não voto: o contexto de pré-campanha e o insulto ao prefeito foram identificados como elementos que corroboram para o resultado. O que se observa, mais uma vez, é a junção das palavras com o contexto, que inclui a divulgação em rede social.

### **O caso da publicação no *Facebook* feita por jornalista**

O outro acórdão<sup>69</sup> que concluiu pela existência de propaganda antecipada negativa também trata de postagem em rede social feita por terceiro não vinculado ao pleito, um conhecido radialista e jornalista esportivo.

O jornalista publicou em sua página pessoal no *Facebook* textos e imagem, com indicação do município e dos munícipes como interlocutores, em que defende a não reeleição de um pré-candidato.

---

<sup>69</sup> TRE/SP - 0600227-91.2020.6.26.0038 (Relator Manuel Pacheco Dias | Data de julgamento: 06.05.2021).



Imagem disponível no acórdão 0600227-91.2020.6.26.0038.

O Tribunal considerou que o conteúdo publicado não atingia a honra dos políticos mencionados, sendo apenas críticas à sua atuação política.

Afirmou, entretanto, discordância com a primeira instância, sob fundamento de que "da simples leitura da postagem acima observa-se que o viés eleitoral é claro, bem como a presença do pedido expresso de 'não voto' por meio das seguintes frases: Chega de 'nego bão', Vitor "Proença" não, VITÃO NÃO e 'NÃO O REELEJA'".

A conclusão pelo ilícito eleitoral foi respaldada por referências à jurisprudência do próprio TRE-SP, a qual dispõe que o pedido explícito de não voto é violação ao princípio da igualdade de oportunidades entre pré-candidatos<sup>70</sup> e que

afirmar-se que alguém não deve ser votado, em momento que antecede ao período de propaganda eleitoral, não se confunde com eventuais menções, comentários ou

<sup>70</sup> TRE-SP - RE nº 060002485 - GUARULHOS - SP, Relator(a): Des. Paulo Galiza, DJE de 20.11.2020.



questionamentos à conduta do detentor de mandato político, suas posições ou ações<sup>71</sup>.

### **3.2.3. Acórdãos com votação divergente**

Dentre os casos estudados em que houve confirmação pelo TRE-SP da configuração de propaganda eleitoral antecipada, apenas dois tiveram votação não unânime. Tratam-se, em ambos os casos, de manifestações feitas por terceiros, e não pelos próprios candidatos, veiculadas em redes sociais.

#### **O caso do administrador de grupo no *Facebook***

O acórdão 0600123-53.2020.6.26.0021 (Relator Manuel Pacheco Dias | Data de julgamento: 20.07.2021) contém votos divergentes sobre a extensão da condenação, por propaganda antecipada postada em grupo de *Facebook* de moradores da cidade de Barretos, ao administrador do grupo de *Facebook*, que compartilhou transmissão do programa com suposto pedido de voto.

As partes inicialmente processadas foram a pré-candidata supostamente beneficiada, o apresentador do programa, o jornal que transmitiu ao vivo o conteúdo impugnado na representação e o administrador do grupo da cidade no *Facebook* que compartilhou esse mesmo conteúdo nas redes sociais. Na primeira instância, entretanto, o apresentador e o jornal foram os únicos condenados ao pagamento de multa. Em sede recursal, a pré-candidata e o administrador também foram responsabilizados.

Os trechos das falas impugnadas destacados no acórdão foram:

(...) Pelo bem de Barretos, por uma administração competente e honesta venho publicamente pedir a todos que possamos cerrar fileiras em torno da candidatura de Paula Lemos.

(...) Ontem fui golpeado mais uma vez, mas mais uma vez estarei dando a volta por cima e tenho a certeza dando à

---

<sup>71</sup> TRE-SP - RE nº 060005927 - LEME - SP, Relator(a): Des. Afonso Celso da Silva, DJE de 11.12.2020.

minha cidade uma administração honesta, competente e digna com a eleição de Paula Lemos. A grande maioria do MDB estará trabalhando e votando em Paula Lemos, por estar cansada das trapalhadas administrativas e financeiras da administração que apadrinha a candidata da situação tentando manter intacta a máfia construída. Esta terra tem como padroeiro o Divino Espírito, e Ele no momento de se depositar os votos estará iluminando nossos espíritos para que não ocorramos em erro. Reafirmo aqui o meu e dos companheiros pemedebistas que me acompanham a certeza de que palavra empenhada será palavra cumprida como sempre foi na minha vida e estaremos serrando fileiras em torno da candidatura de Paula Lemos.

(...). A hora da verdade exige consciência, para que possamos recuperar para Barretos uma administração competente e principalmente honesta, que não burla a lei, que paga seus prestadores de serviço, e que principalmente ame Barretos e o nosso povo, fazendo deixar no passado os tempos de escândalos hipertrofiados que muito nos envergonharam. Cada cidadão, cada cidadã que ame Barretos está sendo convidado para participar dessa revolução branca, sem armas, a não ser a da verdade, e a da mais poderosa que Deus nos deu que é a arma do voto. Com muita fé em nosso povo e com as orações das mais barretenses vamos para a vitória com Paula Lemos.

O voto vencido afirmou que essas manifestações não estavam inseridas nas exceções previstas no art. 36-A da Lei das Eleições, pois ultrapassaram a exaltação de qualidades pessoais, restando caracterizado “o pedido de votos quando o locutor expressamente convoca a população a apoiar a candidatura de Paula Lemos”. O relator destacou, com referência à jurisprudência do TSE<sup>72</sup>, o emprego de “palavras mágicas” como critério de análise.

Para condenação da pré-candidata, sustentou que apesar de a legislação exigir que seja comprovado o prévio conhecimento do beneficiário, a jurisprudência do TSE entende que “o prévio conhecimento do beneficiário da propaganda eleitoral irregular também pode ser inferido das circunstâncias e das peculiaridades do caso concreto”, sendo essa a hipótese verificada no caso, pois a candidata fez comentário de agradecimento na postagem do vídeo.

---

<sup>72</sup> TSE - AgRg-REspe n.º 2931/RJ, Relator: Min. Luís Roberto Barroso, DJE de 03.12.2018.

Por outro lado, entendeu o magistrado vencido que a conduta não poderia ser imputada ao administrador do grupo do Facebook. No mesmo sentido da sentença<sup>73</sup>, considerou-se que o mero compartilhamento dos vídeos não se mostrou suficiente para responsabilizar a parte pelas propagandas irregulares, uma vez que não existia entre as propagandas e o administrador qualquer vínculo de produção.

O voto vencedor foi parcialmente divergente, discordando do relator apenas no que se refere à absolvição do administrador. A partir da doutrina e jurisprudência, apresentou parâmetros para análise da suposta propaganda, entre eles: a verificação de conteúdo pertinente a justiça eleitoral<sup>74</sup>; o uso de formas proscritas<sup>75</sup>; a presença de pedido explícito de voto<sup>76</sup>, com emprego de “palavras mágicas”<sup>77</sup> ou elementos que o traduzam<sup>78</sup>.

Tratando especificamente da publicação realizada pelo administrador do grupo de *Facebook*, o magistrado afirmou que

embora tenha sido originalmente produzido em perfil de terceiro (...), referido vídeo foi também publicado pelo representado em referida página (...) e, sendo ele o seu administrador, **conclui-se que houve ciência e aceite do**

---

<sup>73</sup> Trecho da decisão inicial reproduzido no acórdão: “(...) muito embora os vídeos tenham sido replicados pelos perfis sociais administrados pelos representados, não se afigura possível responsabilizá-los pela prática de conduta tipificada como propaganda eleitoral, mormente por se tratar de mera republicação de propaganda verbalizada e já tornada pública através de outros dois veículos de imprensa. Ademais, a constante troca de dados e informações propiciado pela rede mundial de computadores, em específico in casu através das redes sociais, torna quase que impossível controlar a proliferação e o alcance de toda e qualquer informação após sua publicação no universo online. Em outras palavras, uma vez lançada a publicação ela atinge uma infinidade de usuários que as replicam, compartilham, marcam pessoas, curtem, comentam e manifestam suas opiniões a respeito. Desta forma, o ambiente virtual se tornou verdadeira comunidade paralela de interação humana, de modo que admitir-se a responsabilidade dos representados ANDERSON e SIRLENE pela propaganda ilícita, seria o mesmo que responsabilizar todo e qualquer indivíduo que no ambiente físico, compartilham em seu círculo social uma publicação em um jornal impresso ou uma revista, o que se afigura totalmente desarrazoado”.

<sup>74</sup> TSE - AgR-AI nº 9-24/SP, voto do ministro Luiz Fux.

<sup>75</sup> TSE - Respe nº 0600227-31, voto da ministra Rosa Weber.

<sup>76</sup> GOMES, José Jairo. Direito Eleitoral, Ed.' Atlas, 14º edição, 2018, p. 542.

<sup>77</sup> TSE - AgR-AI 29-31, rel. Min. Luís Roberto Barroso, DJE de 3.12.2018.

<sup>78</sup> AgR nº 060278062, rel. Min. Tarcisio Vieira De Carvalho Neto, DJE de 18.03.2020.

**representado em fazer nela constar dita publicação**  
[grifos do acórdão].

Considerou relevante, ademais, destacar que a quantidade de membros do grupo (81.000 membros conforme *print* apresentado no processo) era proporcionalmente elevada em relação à quantidade de eleitores do município de Barretos (89.968)<sup>79</sup>.

A condenação do administrador do grupo ao pagamento de multa foi justificada a partir dessas informações e respaldada pelas jurisprudências do TSE e do TRE-SP, das quais foram destacados como elementos a serem considerados na configuração de propaganda antecipada: (a) a presença, alternativa ou não, de pedido explícito de voto, de utilização de formas proscritas (inclusive durante o período oficial de propaganda) e de violação ao princípio da igualdade de oportunidades entre candidatos<sup>80</sup>; (b) a validade da aplicação da vedação legal a manifestações diversas em redes sociais, ainda que sejam mera reprodução de conteúdo criado por terceiros<sup>81</sup>; e (c) a inafastabilidade da infração em hipóteses de publicações temporárias, como *stories* de *Instagram*<sup>82</sup>.

### **O caso da eleitora filiada a partido político**

O último acórdão<sup>83</sup> de votação não unânime em que houve configuração de propaganda eleitoral antecipada julgou caso de compartilhamento, por eleitora, de vídeo de pré-campanha em rede social acrescido de comentário "Dia 15, vote no 15". A divergência entre os votos se deu quanto a responsabilização da ré, eleitora, por ela ser filiada a partido político.

---

<sup>79</sup> A fonte de consulta referenciada no acórdão foi: <http://www.tse.jus.br/eleitor/estatisticas-de-eleitorado/consulta-quantitativo>

<sup>80</sup> TSE - Recurso Especial Eleitoral nº 060048973, rel. Min. Luís Roberto Barroso, j. em 12.12.2019.

<sup>81</sup> TRE/SP - Recurso Eleitoral nº 060009331, rel. Des. Nelton Agnaldo Moraes dos Santos, j. em 04.11.2020.

<sup>82</sup> TRE/SP - Recurso Eleitoral nº 060000722, rel. Juiz Afonso Celso da Silva, j. em 07.07.2020.

<sup>83</sup> TRE/SP - 0600115-84.2020.6.26.0083 (Relator Maurício Fiorito | Data de julgamento: 02.02.2021).

A decisão final concluiu pela manutenção da multa da eleitora. O voto vencedor indicou, inicialmente, reconhecer a possibilidade de livre manifestação do pensamento do eleitor na internet (o qual está sujeito a limitação apenas no caso de ofensas ou de fato sabidamente inverídico) e também a permissão, nos termos do artigo 28 da Resolução TSE nº 23.610/19<sup>84</sup>, a realização de propaganda eleitoral pela internet por pessoa natural, vedada a contratação de impulsionamento e de disparo em massa de conteúdo.

Entretanto, o magistrado alegou que a disposição da resolução não seria aplicável ao caso, pois trata de manifestações ocorridas durante o período eleitoral, não extemporâneas. Afirmou, ademais, que não se poderia falar em observância do artigo 36-A, inciso V (Lei nº 9.504/97) pois “não estamos diante de ‘divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais’ [citação direta do inciso], uma vez que a requerida não se limitou a demonstrar seu posicionamento e voto no pré-candidato, pois pediu expressamente votos para ele”.

Quanto ao tratamento da parte, eleitora que não concorria a cargo algum, decidiu que “não é possível alegar que a requerida é leiga em termos de legislação eleitoral, pois é filiada ao partido Movimento Democrático Brasileiro desde 29.05.2019 (...), além de ser tesoureira do Movimento Democrático Brasileiro – Município de Ibirarema (...)”.

Outro voto apresentado no acórdão reiterou o entendimento pela condenação ao distinguir a publicação no *Facebook* de outras, feitas em redes diversas:

---

<sup>84</sup> 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). (...) § 6º A manifestação espontânea na internet de pessoas naturais em matéria político-eleitoral, mesmo que sob a forma de elogio ou crítica a candidato ou partido político, não será considerada propaganda eleitoral na forma do inciso IV, desde que observados os limites estabelecidos no § 1º do art. 27 desta Resolução e a vedação constante do § 2º deste artigo.

(...) a manifestação de expressão da eleitora, ao pedir votos ao pré-candidato, **não se limitou a um micro-grupo de indivíduos ou a um grupo fechado no aplicativo Whatsapp. Ao propagar o pedido expresso de voto via Facebook, rede social aberta**, compartilhando, junto, um anúncio de pré-candidatura de EMERSON ADOLFO DE GOES, **a autora assumiu o risco de disseminação para um grupo indeterminado de indivíduos, fora de sua esfera controle**[grifos meus].

O voto divergente se fundamentou na mesma resolução do TSE - nº 23.610/2019 - para afirmar que o tratamento de divulgação realizada por eleitores tem previsão mais branda em relação ao que dispõe a legislação, e também indicou que a divulgação de pedido de modo espontâneo não poderia ser responsabilizada.

Assim, partindo dos parágrafos 1 e 2 do art. 27 da resolução e §6 do art. 28, afirmou que a ausência de notícia de que a parte tenha se candidatado ou divulgado eventual pré-candidatura própria e, também, de que tenha realizado a publicação por ordem do pré-candidato beneficiado, fazem com que o pedido de voto do caso seja amparado pelo princípio constitucional da liberdade de expressão.

Destacam-se, no julgamento desse caso, as considerações feitas quanto ao contexto do pedido de voto - que foi reconhecido por todos os votantes. O *status* político da autora da postagem, a rede social em que a publicação foi feita e a qualificação do pedido como "espontâneo" foram elementos essenciais para que os magistrados considerassem que deveria ou não haver responsabilização.

Percebe-se que foram realizadas, ainda que de modo não explícito, ponderações sobre a relevância da eleitora, autora da publicação e que não concorria a cargo algum, ser filiada a partido político, e também sobre o meio em que divulgou o vídeo. As "palavras mágicas" sequer são citadas na votação, denotando que a expressividade do pedido de voto foi apenas ponto de partida para análise de circunstâncias contextuais da publicação.

O voto pela condenação que mencionou o uso do *Facebook* e não do WhatsApp, por exemplo, avalia a rede social de modo a caracterizá-la como detentora de maior potencial de impacto:

**Isso porque, na rede social Facebook, a comunicação é de natureza pública**, podendo não ficar restrita aos seguidores da recorrente. **Tal circunstância tem o potencial inquestionável de macular a igualdade de oportunidade entre os candidatos**, não devendo prevalecer, nesse caso, a liberdade de comunicação ou de expressão, sendo, portanto, exceção à regra da preferência por este direito [grifos meus].

Por sua vez, o voto pela absolvição encontrou respaldo para sua tese na jurisprudência, destacando julgado<sup>85</sup> no qual se afirmou que postagens de eleitores em redes sociais só são passíveis de sanção nas hipóteses de ofensa à honra ou inveracidade e que, diante da ponderação entre liberdade expressão e vedação à propaganda irregular, as

manifestações de apoio, ainda que expressas, ou revelações de desejo pessoal que determinado candidato seja eleito, bem como as críticas ácidas que não transbordem para a ofensa pessoal, quando emanadas de pessoas naturais que debatem política na internet, não devem ser consideradas como propaganda eleitoral.

A análise desses argumentos, constitutivos do acórdão, induz a questionamentos sobre a existência de um parâmetro objetivo de análise dos casos e também sobre a relação entre resultado das ações e variáveis não fixadas em lei: se a parte autora da publicação não fosse filiada a partido político, a multa permaneceria?

E se essa mesma postagem tivesse sido feita em outra rede social? Quando o contexto de um pedido explícito de voto em período de pré-campanha é suficiente para que seja afastada sua responsabilização?

Sobretudo, parece pertinente perguntarmos: um Tribunal de justiça especial tem competência - e meios - para avaliar o potencial de risco de manifestações de eleitores em redes sociais?

---

<sup>85</sup> TSE - AgR-AC 1384-43/DF, Rel. Min. Henrique Neves, DJE de 17.8.2010.





#### **4. Considerações finais**

O objetivo inicial desta pesquisa consistiu em identificar como o TRE-SP julga casos de propaganda eleitoral antecipada, a partir da constatação do que o Tribunal interpreta e define como pedido explícito de voto. A ênfase na análise do que foi considerado pedido de voto se justificava por ser esse o único critério indicado na Lei das Eleições (art. 36-A, caput) como essencial à configuração de propaganda antecipada.

A referência legal a um só critério não é capaz, entretanto, de garantir a inexistência de divergências interpretativas sobre o que ele significa: o pedido explícito de voto é conceito amplo o suficiente para que seja maleável a depender do caso e do julgador. Justamente por isso, sua definição foi desenvolvida jurisprudencialmente.

O diagnóstico dos acórdãos estudados possibilitou que fossem descobertos aspectos sobre o julgamento da propaganda eleitoral antecipada que ultrapassam a tentativa de encontrar definições objetivas do Tribunal sobre o que seja o pedido explícito de voto.

O resultado da presente investigação demonstrou que, na prática judicial, o pedido explícito de voto tanto é apenas um dos critérios para a configuração da propaganda, como também é um parâmetro condicionado por outros fatores estabelecidos jurisprudencialmente.

Nesse mérito, o que se observou foi a determinação, por parte dos juízes e desembargadores, de critérios de análise diversos para verificação da existência de pedido de voto, muitas vezes não padronizados e com atribuições de valores distintos por cada julgador. Assim, constatou-se a ausência de um método comum e objetivo de exame dos casos em recurso.

Em uma primeira camada, é possível afirmar que o principal critério para verificação de pedido explícito de voto consiste no reconhecimento do emprego de palavras e termos que aludem à sugestão, indicação ou a pedido expresso de voto. Essa medida é, em comparação com as demais (que logo serão mencionadas), mais objetiva, pois as próprias construções

jurisprudenciais que a sustentam indicam rol exemplificativo de termos, como “vote” e “apoie”.

Entretanto, a complexidade de algumas situações – nas quais não há emprego literal das palavras-chave, mas contexto que, junto ao uso de outros termos, pode denotar alguma forma de pedido – induz a interpretações mais “elásticas” em relação à lei e ao próprio critério das “palavras mágicas”. Isso resulta, inevitavelmente, numa expansão do rol de elementos capazes de configurar a propaganda eleitoral antecipada.

O TRE-SP, como Tribunal Regional e segunda instância dos casos, reproduz com recorrência os parâmetros de análise e as hipóteses de configuração de propaganda antecipada definidas e acrescidas pela jurisprudência do TSE. Os acórdãos estudados refletem uma mescla entre menções à decisão da primeira instância e construções jurisprudenciais do Tribunal Superior, do próprio Tribunal Regional.

A referência à legislação, por sua vez, é feita de modo mais pontual: além das citações do artigo 36-A da Lei da Eleições, os acórdãos mencionam, em frequência reduzida, os artigos 27, 40, 73 e 80 do mesmo dispositivo, o artigo 29 da Constituição e a Emenda Constitucional 107/2020, que trata do adiamento das eleições em decorrência da pandemia. A argumentação judicial sobre a propaganda se sustenta, quase integralmente, na jurisprudência.

Diante desse cenário, é possível afirmar que os julgamentos dos casos de propaganda eleitoral antecipada ilustram uma lacuna entre a lei e a realidade que, ao ser preenchida pela interpretação judicial, encontra-se sujeita a debates e controvérsias acerca da melhor solução possível e da existência de mais de uma solução a depender do que é destacado no processo de subsunção do fato concreto à lei e aos entendimentos jurisprudenciais.

O texto legal e a própria jurisprudência são limitados em relação à realidade porque não conseguem, respeitado o princípio da segurança

jurídica, contemplar todas as hipóteses possíveis de situações que resultam na ocorrência do ato não permitido.

Apesar dessa limitação, os juízes são incumbidos de julgar os casos, sendo parte de sua prática nessa circunstância a definição do entendimento jurisprudencial aplicável mais adequado ao caso.

O problema, entretanto, é que a jurisprudência nem sempre está uniforme e padronizada. Como as construções são desenvolvidas a partir de casos e por atores diferentes, é possível encontrar circunstâncias para as quais mais de um entendimento jurisprudencial seja aplicável – esse foi o cenário identificado nos julgamentos de casos de propaganda eleitoral antecipada.

Ainda que os resultados quantitativos da pesquisa indiquem a predominância das decisões que, a partir do parâmetro das “palavras mágicas” e da deferência a liberdade de expressão, não configuraram propaganda antecipada, a análise descritiva dos casos demonstrou que existem diferentes percursos de subsunção das situações aos padrões de regularidade e irregularidade estabelecidos .

A inexistência de especificações legais sobre o que e como avaliar casos inseridos em circunstâncias muito distintas, fez com que se desenvolvessem no Tribunal métodos variados de análise desses casos, sem que necessariamente houvesse uma consolidação do tratamento daqueles que apresentam características semelhantes.

Isso foi visto nos julgados que trataram de supostas propagandas em rede social – nos quais foi considerado como fator relevante, por exemplo, a rede foi utilizada – e também nos acórdãos que apresentaram divergências acerca do tratamento dos eleitores quando esses eram os autores do conteúdo impugnado.

A atribuição de relevância a esses fatores, que foram denominados nesta pesquisa como “contextuais”, não configura, em um primeiro momento, um problema, pois é ela que torna possível ao Tribunal julgar casos mais complexos.

A partir do momento em que o contexto da mensagem passa a compor os critérios de verificação da ocorrência de propaganda antecipada, “desbinariza-se” o processo de julgamento, inicialmente feito por raciocínio de exclusão: se o caso não possui palavra-chave, logo não configura propaganda eleitoral antecipada; e vice-versa. O contexto acrescenta ao julgamento uma camada de análise mais casual e subjetiva.

Isso também se verifica com o acréscimo jurisprudencial dos critérios de atentado à paridade entre os pré-candidatos e de emprego de forma proscrita. Assim como a consideração do contexto, esses novos elementos convivem com a interpretação mais restritiva do que seja um pedido explícito de voto (emprego de determinadas expressões e palavras). Como critérios, podem figurar individualmente ou juntos na condenação por propaganda antecipada.

A ampliação dos recursos de análise, entretanto, exige do Tribunal um tratamento mais sofisticado que considere, no exame das circunstâncias, não só a presença desses elementos, como também suas particularidades e intersecções.

Disto decorre certa discricionariedade dos julgadores e, também, questionamentos sobre a competência e a capacidade da Justiça Eleitoral para avaliar, por exemplo, quais termos podem ser considerados “equivalentes semânticos” a um pedido expresso de voto; se a edição e o alcance de uma publicação em rede social é relevante para aferir um atentado à paridade de armas; e se um eleitor pode ou não ser multado por ato em que manifesta seu desejo para que um determinado pré-candidato não seja eleito.

Tem-se na análise da existência de propaganda eleitoral antecipada fatores relevantes que podem – a depender do caso e da interpretação do magistrado – convergir ou divergir em relação à configuração do ilícito eleitoral. Isso se fez especialmente notável nas exposições dos casos com votação divergente. A não unanimidade entre os julgadores reflete, diretamente, as opções desses por considerar que o exame dos casos

devem ser restritos a um ou dois critérios jurisprudenciais, ou que devem ter interpretação sistêmica com outros dispositivos da legislação, etc.

Dando sequência aos exemplos já mencionados: houve caso em que expressão “vamos juntos?” foi considerada um “equivalente semântico” a pedido de voto pelo magistrado, sem que se avaliasse outros aspectos da publicação que pareciam se atentar aos critérios legais; em outras situações foram feitas considerações sobre o potencial de dano de publicações no *Facebook* ser distinto daquelas feitas em *WhatsApp*; e em diversos casos a condição de eleitor do autor da suposta propaganda dividiu as opiniões dos julgadores sobre merecer tratamento diferenciado em relação ao do candidato que realizar, ele próprio, pedido expresso de voto.

Diante dessas considerações sobre os resultados da investigação dos acórdãos, é possível afirmar que as perguntas de pesquisa foram parcialmente respondidas. A análise dos casos foi capaz de: (a) demonstrar os modos como o TRE-SP interpreta o pedido explícito de voto; (b) permitir que fosse aferida a presença de outros elementos – que não o indicado na Lei das Eleições – que contribuem para a definição do que compõe a propaganda eleitoral antecipada para o Tribunal Regional e para o TSE; (c) apresentar informações sobre como o TRE-SP decide os casos de propaganda eleitoral antecipada e como fundamenta essas decisões tendo em consideração o “pedido explícito de voto”.

Os quesitos sobre (d) a existência de um formato de manifestação cuja verificação de propaganda eleitoral antecipada é facilitada; e sobre (e) a identificação de algum padrão entre quem são as partes processadas<sup>86</sup> e o resultado das ações não foram respondidos. Isso, entretanto, não impede que sejam feitos comentários sobre as percepções relativas a esses assuntos.

A verificação de propaganda eleitoral antecipada parece ser facilitada quando são identificados elementos correspondentes aos indicados na

---

<sup>86</sup> Os exemplos mencionados no projeto foram: candidatos do legislativo ou executivo; de níveis municipais, estaduais ou federais; de partidos políticos específicos.

jurisprudência. A impressão geral é que, superada a avaliação do emprego de forma proscrita, nos casos em que o material impugnado é uma postagem de texto, um panfleto ou discurso, a existência de “palavras mágicas” é o critério principal. Por sua vez, nos caso de eventos, vídeos (transmissão ao vivo de evento ou peça publicitária de pré-campanha), o contexto é elemento subsidiário à verificação das palavras e expressões empregadas.

Conclusões acerca da existência de padrão entre o resultado dos recursos e as partes processadas não parecem metodologicamente possíveis e adequadas aos propósitos desta pesquisa. Porém, durante a coleta de dados dos acórdãos, chamou a atenção a quantidade de recursos propostos por partidos e coligações partidárias insistindo na caracterização de propaganda antecipada.

As explicações hipotéticas para isso não foram aprofundadas e tampouco testadas, pairando o questionamento se esse cenário: se deve ao fato de que a maioria dos acórdãos decidiu questões relativas às eleições municipais (para cargos executivos e legislativos) de 2020; se reflete uma dinâmica própria de cidades pequenas<sup>87</sup>; ou se consiste em estratégia eleitoral de instrumentalização da justiça contra adversários políticos.

A descoberta principal da pesquisa consiste na identificação de que convivem, no TRE-SP, uma jurisprudência mais permissiva, que veda somente aquilo que for claro pedido de voto ou ato com forma proscrita, e uma ausência de método entre os julgadores para consideração dos fatores mais subjetivos - como o contexto das manifestações e a existência de dano à paridade de armas dos pré-candidatos. Essas tendências têm pesos e foram representadas, respectivamente, pela maioria de casos em que não foi configurada propaganda antecipada e pelos acórdãos com votações divergentes.

---

<sup>87</sup> Os acórdãos estudados tratavam de casos de 35 municípios do estado de São Paulo, sendo os mais recorrentes: Cotia (4); Jacareí (4); Mairiporã (3); Indaiatuba (3); São Paulo (3).

Há, todavia, outros achados de pesquisa que parecem interessantes e podem, de alguma forma, instigar a realização de outras investigações no tema. Destacam-se, entre eles: a existência de uma continuidade entre as decisões da primeira instância e as de sede recursal; o tratamento despadronizado dos terceiros, que não são pré-candidatos, processados; a relação entre liberdade de expressão e as condenações por propaganda eleitoral positiva e negativa, quando feitas por eleitores.

O presente trabalho está inserido em contexto de crescente atenção às atividades e à própria Justiça Eleitoral. Seus resultados não têm a pretensão de criar uma tese sobre essa conjuntura: procurou-se, apenas, realizar diagnóstico, temporalmente recente e geograficamente local, do estado dos julgamentos de propaganda eleitoral antecipada.

Tal limitação, no entanto, não significa impedimento para que esses resultados dialoguem com discussões mais gerais e nacionalizadas sobre Direito Eleitoral. Identificar quais são os critérios de julgamento dos casos de propaganda eleitoral e a existência de padrões em seus resultados pode ser uma ferramenta que colabore para o aprimoramento dos pontos controversos da matéria - contribuindo para maior segurança jurídica no tratamento das atividades dos julgadores, pré-candidatos e eleitores.

## **5. Referências bibliográficas**

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Assembleia Constituinte. Brasília. 1988.

BRASIL. Emenda Constitucional nº 107, de 2 de julho de 2020. Adia, em razão da pandemia da Covid-19, as eleições municipais de outubro de 2020 e os prazos eleitorais respectivos. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 3 jul. 2020. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/emendas/emc/emc107.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc107.htm)>. Acesso em: 24 nov. 2022.

BRASIL. Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965. Institui o Código Eleitoral. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 16 jul. 1965. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1960-1969/lei-4737-15-julho-1965-356297-norma-pl.html>>. Acesso em: 24 nov. 2022.

BRASIL. Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. Estabelece normas para as eleições. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 1 ago. 1997. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9504.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm). Acesso em: 24 nov. 2022.

BRASIL. TRE-SP. REC 0600180-66.2022.6.26.0000. Relatora: Maria Claudia Bedotti. Data do Julgamento: 26/07/2022.

BRASIL. TRE-SP. Rp 0600218-78.2022.6.26.0000. Relator: Regis De Castilho Barbosa Filho. Data do Julgamento: 22/7/2022.

BRASIL. TRE-SP. Rp 0600213-56.2022.6.26.0000. Relator: Regis De Castilho Barbosa Filho. Data do Julgamento: 12/7/2022.

BRASIL. TRE-SP. Rp 0600167-67.2022.6.26.0000. Relator: Silmar Fernandes. Data do julgamento: 2022-07-12.

BRASIL. TRE-SP. REI 0601259-06.2020.6.26.0015. Relator: Marcelo Vieira de Campos. Data do julgamento: 17/03/2020.



BRASIL. TRE-SP. REI 0600042-18.2020.6.26.0082. Relator: Marcelo Vieira de Campos. Data do julgamento: 17/03/2022.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600339-35.2020.6.26.0014. Relator: Marcelo Vieira de Campos. Data do julgamento: 24/02/2022.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600098-21.2021.6.26.0210. Relator: Mauricio Fiorito. Data de julgamento: 22/02/2022.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600482-13.2020.6.26.0341. Relator: Manuel Pacheco Dias Marcelino. Data de julgamento: 07/12/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600116-11.2021.6.26.0188. Relator: Sérgio Nascimento. Data de julgamento: 19/10/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600052-90.2020.6.26.0396. Relator: Marcelo Vieira de Campos. Data de julgamento: 04/10/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600047-07.2020.6.26.0384. Relator: Afonso Celso da Silva. Data de julgamento: 14/09/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600473-95.2020.6.26.0294. Relator: Manuel Pacheco Dias Marcelino. Data de julgamento: 09/09/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600501-56.2020.6.26.0167. Relator: Paulo Sergio Brant de Carvalho Galizia. Data de julgamento: 02/09/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600675-86.2020.6.26.0354. Relator: Paulo Sergio Brant de Carvalho Galizia. Data de julgamento: 19/08/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600829-68.2020.6.26.0075. Relator: Manuel Pacheco Dias Marcelino. Data de julgamento: 05/08/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600069-02.2020.6.26.0211. Relator: Paulo Sergio Brant de Carvalho Galizia. Data de julgamento: 28/07/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600123-53.2020.6.26.0021. Relator: Manuel Pacheco Dias Marcelino. Data de julgamento: 20/07/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600086-79.2020.6.26.0359. Relator: Mauricio Fiorito.  
Data de julgamento: 22/07/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600096-71.2020.6.26.0344. Relator: Marcelo Vieira  
de Campos. Data de julgamento: 20/07/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600110-52.2020.6.26.0345. Relator: Paulo Sergio  
Brant de Carvalho Galizia. Data de julgamento: 20/07/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600132-39.2020.6.26.0401. Relator: Nelton Agnaldo  
Moraes dos Santos. Data de julgamento: 20/07/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600007-21.2020.6.26.0062. Relator: Paulo Sergio  
Brant de Carvalho Galizia. Data de julgamento: 20/07/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0601321-60.2020.6.26.0075. Relator: Marcelo Vieira  
de Campos. Data de julgamento: 12/07/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600067-51.2020.6.26.0237. Relator: Marcelo Vieira  
de Campos. Data de julgamento: 01/07/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600903-59.2020.6.26.0290. Relator: Manuel Pacheco  
Dias Marcelino. Data de julgamento: 24/06/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600099-24.2020.6.26.0183. Relator: Manuel Pacheco  
Dias Marcelino. Data de julgamento: 22/06/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600074-43.2020.6.26.0237. Relator: Mauricio Fiorito.  
Data de julgamento: 15/06/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600096-78.2020.6.26.0180. Relator: Mauricio Fiorito.  
Data de julgamento: 10/06/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600388-84.2020.6.26.0367. Relator: Mauricio Fiorito.  
Data de julgamento: 08/06/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600077-95.2020.6.26.0237. Relator: Nelton Agnaldo  
Moraes dos Santos. Data de julgamento: 08/06/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600835-55.2020.6.26.0211. Relator: Mauricio Fiorito.  
Data de julgamento: 03/06/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600049-63.2020.6.26.0323. Relator: Marcelo Vieira  
de Campos. Data de julgamento: 20/05/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600355-44.2020.6.26.0319. Relator: Mauricio Fiorito.  
Data de julgamento: 17/05/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600039-91.2020.6.26.0396. Relator: Mauricio Fiorito.  
Data de julgamento: 06/05/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600058-85.2020.6.26.0206. Relator: Marcelo Vieira  
de Campos. Data de julgamento: 06/05/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600227-91.2020.6.26.0038. Relator: Manuel Pacheco  
Dias Marcelino. Data de julgamento: 06/05/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600038-09.2020.6.26.0396. Relator: Nelton Agnaldo  
Moraes dos Santos. Data de julgamento: 29/04/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600065-03.2020.6.26.0360. Relator: Afonso Celso da  
Silva. Data de julgamento: 29/04/2021

BRASIL. TRE-SP. REI 0600064-18.2020.6.26.0360. Relator: Afonso Celso da  
Silva. Data de julgamento: 13/04/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600048-68.2020.6.26.0391. Relator: Manuel Pacheco  
Dias Marcelino. Data de julgamento: 08/04/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600463-09.2020.6.26.0211. Relator: Manuel Pacheco  
Dias Marcelino. Data de julgamento: 08/04/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600021-88.2020.6.26.0002. Relator: Manuel Pacheco  
Dias Marcelino. Data de julgamento: 06/04/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600052-15.2020.6.26.0227. Relator: Mauricio  
Fiorito. Data de julgamento: 25/03/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600050-45.2020.6.26.0227. Relator: Mauricio Fiorito. Data de julgamento: 23/03/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600116-69.2020.6.26.0083. Relator: Paulo Sergio Brant de Carvalho Galizia. Data de julgamento: 04/03/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600057-37.2020.6.26.0227. Relator: Mauricio Fiorito. Data de julgamento: 04/03/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600051-30.2020.6.26.0227. Relator: Mauricio Fiorito. Data de julgamento: 22/02/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600115-84.2020.6.26.0083. Relator: Mauricio Fiorito. Data de julgamento: 02/02/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600085-50.2020.6.26.0406. Relator: Paulo Sergio Brant de Carvalho Galizia. Data de julgamento: 26/01/2021.

BRASIL. TRE-SP. REI 0600136-95.2020.6.26.0330. Relator: Nelton Agnaldo Moraes dos Santos. Data de julgamento: 26/01/2021.

Campanha eleitoral antecipada tem burla de partidos e leniência do TSE; entenda. Folha de S. Paulo, 28 mar. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/03/campanha-eleitoral-antecipada-tem-burla-de-partidos-e-leniencia-do-tse-entenda.shtml>. Acesso em: 24 nov. 2022.

FALCÃO, Márcio. TSE ainda discute critérios para propaganda antecipada nas eleições, Consultor Jurídico, 22 fev. 2018. Disponível em: <<https://www.jota.info/justica/tse-ainda-discute-criterios-para-propaganda-antecipada-nas-eleicoes-22022018>>. Acesso em: 24 nov. 2022.

GOMES, José Jairo. Direito eleitoral – 16. ed. – São Paulo: Atlas, 2020.

Procuradoria diz não ver campanha antecipada em motociata de Bolsonaro. Folha de S. Paulo, 11 mai. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/05/procuradoria-diz-nao-ver-campanha-antecipada-em-motociata-de-bolsonaro.shtml>. Acesso em: 24 nov. 2022.

GRESTA, Roberta Maia; NETO, João Andrade. O que é propaganda eleitoral antecipada ilícita?, Consultor Jurídico, 24 jun. 2018. Disponível em: <<https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/o-que-e-propaganda-eleit-oral-antecipada-ilicita-24062018>>. Acesso em: 24 nov. 2022.

Tribunal Superior Eleitoral. Jurisprudência. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/decisoes/jurisprudencia>.