

AS MÚLTIPLAS REPRESENTAÇÕES ELEITORAIS POR ATO DE PROPAGANDA IRREGULAR E A INEXISTÊNCIA DE FATIAMENTO DE DEMANDA: UMA ABORDAGEM ACERCA DO ARTIGO 36, § 4º, DA LEI Nº 9.504/97

Neomar Rodrigues Dias Filho¹

RESUMO

Este trabalho científico abordará a propositura de múltiplas representações eleitorais em razão dos diversos fatos jurídicos distintos havidos com a inobservância do art. 36, § 4º, da Lei nº 9.504/97, os quais compreendem diferentes atos de propaganda eleitoral independentemente de seu conteúdo. Ao decorrer da pesquisa, será abordada a jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral para fins de afastar os institutos da litispendência, coisa julgada e conexão entre os processos. É objetivo do presente artigo pacificar a inexistência de fatiamento de demanda, e, por consequência, a ausência de má-fé processual, na hipótese de propositura de ações baseadas na divulgação de uma mesma publicidade de campanha irregular em diversos meios, diferentes datas e plataformas distintas.

PALAVRAS-CHAVE: 1. Representação eleitoral
2. Propaganda
3. Fatiamento de demanda
4. Fatos jurídicos distintos

¹ Advogado eleitoralista. Membro da Academia Brasileira de Direito Eleitoral e Político (ABRADEP). Colunista de Direito Eleitoral do site Política Livre. Pós-graduado em Processo Legislativo Municipal (UNYPÚBLICA). Procurador do Município de Terra Nova/BA. Assessor jurídico municipal. Tel. para contato: 71.98187-7981/e-mail: nf@neomarfilho.com.br

1 Introdução

Com base na presente pesquisa tem-se que o controle judicial dos atos de campanha praticados por candidatos, e partidos políticos, faz parte do importante papel que a Justiça Eleitoral desenvolve em nosso Estado Democrático de Direito. O objetivo do trabalho, ao final, é de garantir o interesse jurídico nas representações eleitorais movidas em razão de material de campanha em desconformidade à Lei, traduzindo uma disputa justa, equilibrada, e com observância da legislação eleitoral vigente.

Ver-se-á que a participação (mínima) do vice, e do suplente, nos atos de propaganda eleitoral deve ser observada por força do art. 36, § 4º, da Lei nº 9.504/97, a fim de garantir conhecimento público de quem poderá assumir o exercício do mandato. E, na medida em que diversas são as possibilidades de divulgação do conteúdo da publicidade de campanha, inúmeras ações judiciais podem ser movidas em face de cada fato jurídico específico.

O artigo desmistificará o “fatiamento de demanda” na Justiça Eleitoral alicerçado em decisões judiciais, a fim de compreender ser possível o ajuizamento de múltiplas ações que retratem fatos jurídicos diversos sem, com isso, refletir em ato desleal da parte autora. A partir da jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral, a pesquisa objetiva delinear a propaganda eleitoral como causa de pedir, em contraponto aos institutos da litispendência, coisa julgada e conexão.

Diante disso, será analisado que a propositura de múltiplas representações eleitorais por prática de propaganda ilegal do art. 36, § 4º, da Lei nº 9.504/97, em que são apresentadas causas de pedir distintas, não se relaciona com o uso indevido da máquina judiciária e, por consequência, não deve ser caracterizada como ato de má-fé processual.

2 O ato de propaganda eleitoral

Como uma espécie da propaganda política no Brasil, o candidato, dentro de um determinado período do ano eleitoral, dirige -se ao eleitor – diretamente – a fim de conquistar o seu voto. Por meio da promoção de qualidades, atributos e divulgação de projetos para um futuro mandato, há o objetivo expresso do postulante: chegar ao poder. E, nesse sentido, há necessariamente o pedido do voto.

Nas palavras de Carlos Neves Filho:

Destaca-se a propaganda político-eleitoral das demais, dada a sua finalidade específica da obtenção do voto e a sua (quase) exclusividade no período pre-eleição, sendo bastante restrita a convivência dela com as outras espécies de propaganda política [...] (NEVES FILHO, 2012, p. 51).

A propaganda eleitoral pressupõe a existência de elementos primordiais, que justificam a análise do ato como tal. O candidato deseja a captação lícita do voto, e de maneira explícita.

Acerca da legalidade dos atos de propaganda eleitoral, Pedro Henrique Távora Niess, Luciana Toledo Távora Niess de Souza e Andréa Patrícia Toledo Távora Niess Kahn defendem que a candidatura deve ser promovida a partir de uma divulgação oportuna, dentro de um período específico, e utilizando os meios permitidos².

As formalidades e características da propaganda eleitoral estão definidas entre os artigos 36 e 58 da Lei nº 9.504/97. Estão postas as

2 Do ponto de vista da licitude, a propaganda eleitoral lícita consiste na divulgação oportuna da candidatura com a intenção de promovê-la, angariando votos, no período permitido, pelos meios admissíveis e nos moldes legais. (KAHN et al., 2016, p. 234).

normas que determinam o período em que está permitida a propaganda paga no rádio e na TV, e até a obrigatoriedade, nos materiais impressos; da inscrição do CNPJ ou CPF do responsável pela confecção, bem como do contratante.

O legislador estabeleceu em capítulo próprio, portanto, o conjunto de disposições que devem ser observadas pelos candidatos durante o período de campanha. Destaca-se que o cargo pleiteado e o meio de divulgação do ato podem exigir do aspirante a mandato eletivo a atenção para normas específicas. São as regras do jogo.

Havendo o descumprimento da legislação eleitoral regente sobre propaganda, o seu responsável e o respectivo beneficiado podem ser coligidos ao pagamento de multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), ou ao equivalente ao custo da propaganda, se este for maior.

É o que dispõe o art. 36, § 3º, da Lei nº 9.504/97 abaixo transcrito:

Art. 36. *Omissis*

[...]

§ 3º A violação do disposto neste artigo sujeitará o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado o seu prévio conhecimento, o beneficiário à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), ou ao equivalente ao custo da propaganda, se este for maior.

Nesse sentido, é defeso ao candidato fugir aos padrões estipulados pela lei, sobretudo no regime democrático, em que se pretende uma disputa justa e equilibrada, com isonomia entre os participantes da corrida eleitoral.

3 A propaganda eleitoral como causa de pedir

O plano de fundo da propaganda eleitoral, sem dúvida, recai sobre a liberdade do candidato de expor os seus ideais com o objetivo de conquistar o voto. E, para tanto, a lei dispôs tempo, modo e limitações específicas.

Na hipótese de inobservância dos preceitos legais que regulamentam a matéria, surge o fato jurídico a justificar a propositura de representação eleitoral do artigo 96 da Lei nº 9.504/97. Nesse sentido, a petição inicial levará ao conhecimento do Poder Judiciário o ato de propaganda irregular, com a demonstração da ilegalidade. Está-se diante da causa de pedir da demanda.

Na doutrina de Fredie Didier Júnior:

Tem o autor de, em sua petição inicial, expor todo o quadro fático necessário à obtenção do efeito jurídico perseguido, bem como demonstrar como os fatos narrados autorizam a produção desse mesmo efeito (deverá o autor demonstrar a incidência da hipótese normativa no suporte fático concreto) (DIDIER JÚNIOR, 2021. p. 698-9)

O ato de propaganda irregular, então, considerado como causa de pedir, impulsiona o ajuizamento da representação eleitoral e os pedidos dela decorrentes. Vale dizer, motiva o interesse de agir das partes legitimadas a questionarem, em juízo, a publicidade de campanha.

Sobre interesse de agir, Fredie Didier Júnior. explica se tratar de “fato que deve existir para que a instauração do processo se dê validamente. Se por acaso faltar interesse de agir, o pedido não será examinado” (DIDIER JÚNIOR, 2021, p. 474).

O ordenamento jurídico processual, por outro lado, estabelece no art. 337 do Código de Ritos os institutos que orientam a contestação do Réu nas hipóteses de propositura de demandas idênticas, ou que guardem grau de similitude. Por litispendência compreende-se a existência de demandas repetidas, com as mesmas partes, mesma causa de pedir e o mesmo pedido³. Há coisa julgada quando a demanda reproduz outra anteriormente decidida com decisão transitada em julgado. Já a conexão prevista no art. 55 do Código de Processo Civil; pressupõe a identidade de pedidos e da causa de pedir para a reunião de processos.

Durante o período eleitoral, ao candidato, que está vinculado aos mandamentos da Lei nº 9.504/07, é factível a publicidade de um vídeo (irregular) de propaganda nas redes sociais; e a divulgação desse mesmo conteúdo durante o horário eleitoral gratuito na TV. Ou, ainda, é viável que seja extraído o áudio do material para fins de utilização no rádio.

A identidade visual de uma publicação no *facebook* que viola a norma eleitoral pode ser também divulgada, por exemplo, no *twitter*, e de igual modo no *instagram* (no mesmo dia ou em dias diferentes). Na internet, o endereço de *Uniform Resource Locator*, ou simplesmente “URL”, identifica e diferencia cada ato de propaganda disponibilizado na rede mundial de computadores. Por outro lado, essa propaganda virtual ilícita pode ser distribuída como publicidade impressa, com a reprodução física da irregularidade.

Desse modo, um mesmo conteúdo pode ser divulgado em variadas plataformas, em locais diferentes, em dias diversos, e, na internet, nas múltiplas redes sociais, ensejando o ajuizamento das ações judiciais autônomas.

3 Sobre o tema: A conexão e a litispendência possuem conceitos relacionais, dinâmicos, sendo que a conexão é a relação de semelhança entre duas ou mais demandas, e a litispendência (duplicidade de litispendências) é a repetição de demanda que já está em curso (identidade) (RODRIGUES, 2016, p. 177).

4 O artigo 36, § 4º, da Lei nº 9.504/97

Os atos de propaganda eleitoral utilizam de uma base normativa que visa sustentar a legalidade de peças publicitárias, falas em comícios, imagens veiculadas na TV e na internet, entre outros. Estão sujeitos, desse modo, à análise de adequação às regras da Lei nº 9.504/97.

Nas eleições majoritárias, à publicidade das campanhas eleitorais do Prefeito, Governador, Senador e Presidente da República está agregada a participação dos vices e suplentes. O legislador conferiu proporcionalidade mínima visual entre os nomes do titular, do vice e do suplente nos atos de propaganda (30%), mas não por mera e simples opção.

Para a chefia do Poder Executivo, bem como para o Senado, a disputa compreende a participação de um titular – quem exercerá efetivamente o mandato, de um vice ou de suplente, a quem compreende substituí-lo nas hipóteses legais. Pede-se voto a dois candidatos(as), elegendo os dois a um só tempo. Há um conjunto indivisível, conforme mandamento do artigo 5º, LIV, da Carta Constitucional de 1988.

O então Ministro do Tribunal Superior Eleitoral Carlos Ayres Britto, quando do julgamento do Recurso Contra Expedição de Diploma nº 703/SC perante a Corte Superior, fez uma análise quanto à previsão constitucional da eleição do vice, o que identificou como “voto por arrastamento”:

Eu me baseio na Constituição, no particular. A Constituição diz: ‘a eleição do Presidente da República importará a do Vice-Presidente com ele registrado’. Ou seja, a eleição do vice se dá por arrastamento, por consequência da eleição do titular. Como o direito constrói suas próprias

realidades, segundo Kelsen, é um caso curioso de mandatário sem voto; ele não teve voto nenhum e no entanto é mandatário, tanto que a Constituição chega a dispor sobre ele, dizendo: ‘O Vice-Presidente da República, além de outras atribuições que lhe forem conferidas por lei complementar, auxiliará o Presidente, sempre que por ele convocado para missões especiais’.

Ocorre que essa majoritariedade, essa chapa majoritária se caracteriza por uma unidade monolítica: não há como separar o presidente do vice se o vício que se imputa ao titular decorreu do processo eleitoral. Ou seja, o titular chegou ao poder – não estou antecipando o voto quanto ao mérito – viciadamente; isso contamina a subida conjunta ao poder do vice-presidente. Ou seja, o acessório segue a sorte do principal. (Tribunal Superior Eleitoral. Recurso Contra Expedição de Diploma 703 SC – Santa Catarina. Relator: Min. Felix Fisher. Disponível em: <https://tse.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/14631280/recurso-contra-expedicao-de-diploma-rced-703-sc/inteiro-teor-103055885>. Acesso em: 10 fev.2022)

Dada a sua importância, a figura do vice, portanto, tem a sua razão de existir na Lei Maior do vice ou ordenamento jurídico pátrio. A substituição do titular tem a sua previsão legal e o exercício se dá de maneira temporária, ou quando há a vacância do mandato principal. Na primeira hipótese, o suplente ocupa por um prazo específico, transitoriamente, a cadeira do respectivo titular, como exemplo, li-

cença por motivos de saúde, licença para ocupar um cargo público, ou mesmo uma viagem ao exterior. Já na segunda hipótese, aquele que exerce o mandato principal deixa vago em definitivo o posto para o qual fora eleito, por exemplo, com a renúncia (declaração de vontade) ou *impeachment* (por consequência de um procedimento administrativo de responsabilização).

À medida em que há diversas situações que demandam a atuação do vice ou do suplente, definitivamente ou por tempo determinado, o processo eleitoral não passa à margem desse instituto. Vale dizer, por oportuno, que as figuras do vice e do suplente fazem parte da democracia brasileira, desde que previstas constitucionalmente.

Quando da regulamentação da propaganda eleitoral o legislador fixou as normas aplicáveis ao vice e ao suplente e aos atos praticados pelo candidato principal durante a disputa pelo espaço de poder. Em que pese gozar de um prestígio diferenciado por ser o cabeça da chapa, não é permitido ao titular evitar ou esconder o seu parceiro de caminhada. Ao contrário, a participação de alguém que será eleito por tabela, com o mesmo voto, reclama direitos à sua exposição.

Não por outro motivo, o art. 36, § 4º, da Lei nº 9.504/97 garante a obrigatoriedade de presença do vice e do suplente nos atos de propaganda eleitoral em percentual não inferior a 30%, considerada a visibilidade do titular na publicidade de campanha. *In verbis*:

Art. 36. [...]

§ 4º Na propaganda dos candidatos a cargo majoritário deverão constar, também, os nomes dos candidatos a vice ou a suplentes de senador, de modo claro e legível, em tamanho não inferior a 30% (trinta por cento) do nome do titular.

Somada à proporção, a lei ressalta que o nome do vice ou suplente deve constar, de maneira clara e legível, no ato de propaganda do titular. Trata-se de obrigatoriedade *ex lege* e saudável para o processo democrático, sobretudo para que o eleitor enxergue – literalmente – a quem também está direcionando o seu (duplo) voto.

Na doutrina de Frederico Alvim, “o que busca a norma é dar ao conhecimento público os nomes daqueles que poderão vir a assumir os mandatos, na ausência de seus respectivos titulares” (ALVIM, 2016. p. 329).

Ademais, depreende-se do voto do Ministro Edson Fachin, nos autos do Recurso Especial Eleitoral nº 0600347-25.2020.6.05.0037, que

[...] a melhor interpretação ao art. 36, § 4o, da Lei nº 9.504/1997 deve ser feita no sentido da máxima transparência e conhecimento ao público dos participantes da disputa eleitoral. Entende-se, assim, que, sempre que o nome do titular for exibido na propaganda, o nome do vice deverá estar presente, respeitadas as proporções previstas na própria norma. (Tribunal Superior Eleitoral. Acórdão. Agravo Regimental No Agravo Em Recurso Especial Eleitoral Nº 0600347-25.2020.6.05.0037. Itiruçu-Bahia. Relator: Min. Edson Fachin. Disponível em: Diário de Justiça Eletrônico do TSE de 01 fev.2022. Acesso em: 05 fev.2022)

Apesar da redação da norma não ter sido expressa o suficiente para dispor sobre a aplicação de multa na hipótese de sua inobservância, o Tribunal Superior Eleitoral conferiu interpretação sistemática à regra do artigo 36, § 4º, da Lei nº 9.504/97, fixando a possibili-

lidade de aplicação da sanção pecuniária do § 3º para o caso de seu descumprimento⁴.

Esse entendimento vem sendo reafirmado ao longo do tempo, inclusive pelas Cortes Regionais – a exemplo dos Tribunais Regionais Eleitorais da Bahia⁵ e do Ceará⁶.

4 ELEIÇÕES 2014. REPRESENTAÇÃO. PARCIAL PROCEDÊNCIA. RECURSO. PROPAGANDA ELEITORAL. UTILIZAÇÃO DE COMPUTAÇÃO GRÁFICA. IMPOSSIBILIDADE. NOME DO VICE. TAMANHO DA LETRA. CRITÉRIO DE PROPORCIONALIDADE EM RELAÇÃO AO NOME DO TITULAR. ART. 36, § 4o, LEI nº 9.504/97. VIOLAÇÃO. NÃO PROVIMENTO. 2. Constatado que a publicidade desatende ao critério legal quanto às dimensões da letra utilizada no nome do candidato a Vice-Presidente em relação ao do titular da chapa, é medida que se impõe a aplicação da multa prevista no § 3o do art. 36, da Lei das Eleições. Precedente. 3. Não infirmadas as razões da decisão recorrida. 4. Recurso inominado a que se nega provimento. (BRASIL, Tribunal Superior Eleitoral. Recurso em Representação nº 108612. Brasília/DF. Acórdão de 23/09/2014. Relator: Min. Admar Gonzaga. Publicado em Sessão, Data 23/09/2014). Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/decisoes>. Acesso em: 14 fev.2022.

5 Recurso. Representação. Propaganda irregular. Eleições 2020. Procedência. Preliminar de ilegitimidade passiva ad causam. Rejeição. Adesivos. Tamanho do nome do candidato a vice-prefeito menor que 30% do tamanho do nome do candidato a prefeito. Descumprimento do art. 36, § 4o, da Lei 9.504/97. Prévio conhecimento comprovado. Aplicação da multa sancionatória prevista no art. 36, § 3o, da Lei n. 9.504/97. Redução da multa cominatória. Impossibilidade do cumprimento integral da obrigação de fazer. Provimento parcial. 2. Deve ser negado provimento ao recurso quando o conjunto probatório coligido aos autos evidencia que os recorrentes veicularam propaganda eleitoral, por meio de adesivos, em que o tamanho do nome do candidato a vice-prefeito se apresentava menor que 30% do tamanho do nome do candidato a prefeito, em desacordo com a norma contida no art. 36, § 4o, da Lei no 9.504/97, atraindo a incidência da sanção a que alude o § 3o do mesmo dispositivo legal; (BRASIL. Tribunal Regional Eleitoral da Bahia. Acórdão. Recurso Eleitoral nº 0600283-47.20206.05.0188. Relator: Ávio Mozar José Ferraz de Novaes. Julgado em 09/11/2020). Disponível em: https://sedesc1-jud.tse.jus.br/InteiroTeor/index_itar.jsp. Acesso em: 15 fev.2022.

6 Sobre o tema, destaca-se a jurisprudência: Eleições 2016. Recurso Eleitoral. Representação. Propaganda eleitoral irregular. Material gráfico de campanha. Nome. Vice-prefeito. Dimensão inferior a 30% (trinta por cento). Em relação

5 As múltiplas representações e o fatiamento de demanda

O ajuizamento de representações eleitorais, notadamente no período oficial de propaganda, traduz o importante papel de candidatos, partidos políticos, Ministério Público Eleitoral coligações e federações partidárias na utilização do Poder Judiciário em prol do equilíbrio da disputa. Principalmente, quando se está diante de um curto período de exposição de ideias com a finalidade de obtenção do voto. Os prazos exíguos não deixam dúvidas quanto à dinâmica da atuação perante a Justiça Eleitoral em plena campanha.

A prestação jurisdicional em tais representações por prática de ato irregular de campanha sugere a suspensão imediata da infração (individualizada na causa de pedir), e a aplicação de sanção ao candidato que deu causa à ilegalidade. Há, por outro lado, a finalidade pedagógica contra aquele que desobedeceu à norma: impedir que outras condutas semelhantes sejam praticadas, bem como salvaguardar a isonomia e a normalidade do pleito.

O artigo 80 do Código de Processo Civil estabelece a responsabilidade das partes por dano processual, dispondo que será considerado litigante de má-fé:

ao cargo de prefeito. Violação do art. 36, § 4º, Da Lei n.º 9.504/97. Incidência. Multa. Art. 36, § 3º Da Lei das Eleições. Manutenção da sentença a quo. Improvimento do recurso. [...] 3. Conforme reiterada jurisprudência do TSE, à violação do § 4º do art. 36 da Lei das Eleições - propaganda de candidato a cargo majoritário em que não consta o nome do candidato a Vice - é aplicável a multa prevista no § 3º, a partir de uma perspectiva de integridade da interpretação do Direito (Precedentes: RP 1073-13 e ED-R-Rp 1091-34/DF, ambas da relatoria do Min. TARCISIO VIEIRA DE CARVALHO NETO). (...)” (TSE, AgRAI 12796, Rel. Min. Napoleão Nunes Maia Filho, DJ - 29/11/2017, pág. 20). Desprovisionamento do Recurso. (BRASIL. Tribunal Regional Eleitoral do Ceará. Acórdão. Recurso Eleitoral nº 1382. Relator: Des. Roberto Viana Diniz de Freitas. Disponível em: DJE - Diário de Justiça Eletrônico, Tomo 58, Data 29/03/2019, Página 07). Disponível em: <https://www.tre-ce.jus.br/jurisprudencia/inteiro-teor>. Acesso em: 15 fev.2022.

Art. 80. Considera-se litigante de má-fé aquele que:

I - deduzir pretensão ou defesa contra texto expresso de lei ou fato incontroverso;

II - alterar a verdade dos fatos;

III - usar do processo para conseguir objetivo ilegal;

IV - opuser resistência injustificada ao andamento do processo;

V - proceder de modo temerário em qualquer incidente ou ato do processo;

VI - provocar incidente manifestamente infundado;

VII - interpor recurso com intuito manifestamente protelatório.

Por conseguinte, o artigo 81 do *Códex* dispõe sobre a aplicabilidade da multa àquele considerado litigante de má-fé. *In verbis*:

Art. 81. De ofício ou a requerimento, o juiz condenará o litigante de má-fé a pagar multa, que deverá ser superior a um por cento e inferior a dez por cento do valor corrigido da causa, a indenizar a parte contrária pelos prejuízos que esta sofreu e a arcar com os honorários advocatícios e com todas as despesas que efetuou.

Nelson Nery Júnior e Rosa Maria de Andrade Nery ensinam sobre o “litigante de má-fé”:

A parte ou interveniente que, no processo, age de forma maldosa, com dolo ou culpa, causando dano processual à parte contrária. É o ‘improbis litigator’, que se utiliza de procedimentos escusos com o objetivo de vencer ou que, sabendo ser difícil ou impossível vencer, prolonga deliberadamente o andamento do processo, procrastinando o feito (NERY JÚNIOR e NERY 2007, p.213)

Para Pontes de Miranda, o dever de lealdade no âmbito da demanda judicial “é princípio implícito e pré-processual, elemento da tutela jurídica, regra de conduta e dever perante o Estado” (MIRANDA, Pontes, 1974. p. 260).

Conceito trazido a partir da jurisprudência⁷ que enquadra o autor como litigante de má-fé, tem-se por “fatiamento de demanda” o ajuizamento de diversas ações judiciais infundadas, que visam, em cada uma delas, ao locupletamento ilícito do proponente. O Ministro-Presidente do Superior Tribunal de Justiça, Humberto Martins, elucidou o instituto quando do julgamento do Agravo em Recurso Especial nº 1.992.476-RS:

7 Sobre o assunto, vide: “Mantida a condenação do autor à pena de litigância de má-fé, considerando a conduta altamente censurável da parte, por seu procurador, ao deduzir mais de uma pretensão em juízo, relacionada ao mesmo terminal telefônico que contempla vários serviços que entende não serem contratados, quando poderia fazê-lo mediante uma única ação e não por meio de fatiamento de demandas desnecessárias, sobrecarregando o Poder Judiciário e com isso criando incidentes manifestamente infundados e usando o processo para conseguir objetivo que merece repúdio, pois como salientado pela sentença atacada, o demandante está procurando, com esse fatiamento, obter em cada uma das ações ajuizadas locupletamento ilícito com enriquecimento indevido, porquanto busca em cada uma delas, além de outros pedidos, indenização por danos morais, sem que se ignore eventual pretensão fatiada também a título de honorários advocatícios. (Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. Acórdão. Apelação Cível nº 0353547-47.2015.8.21.7000.

[...] Não é possível admitir-se a fragmentação de ações por ato do advogado em evidente descompasso com a boa-fé e a lealdade processual, assoberbando o Poder Judiciário de forma injustificada. É inviável o “fatiamento de demandas” conforme pretendido pelo autor.

O “fatiamento” exige pluralidade de ações judiciais que são, todas elas, baseadas numa mesma causa de pedir e que abarrotam indevidamente o Poder Judiciário. Desse modo, a propositura de diversas ações com mesmas partes, causa de pedir, e mesmo pedido, pode ser enquadrada como ato de má-fé processual. Entretanto, não sendo o caso de “demandas repetidas” não há que se falar em “fatiamento”.

Isso porque fatos jurídicos diferentes, inequivocamente, resultam em processos judiciais diversos. As consequências (sentenças condenatórias), nesses casos, são independentes. Trata-se do combate os atos contrários à legislação praticados no curso da disputa eleitoral.

No contexto do descumprimento ao art. 36, § 4º, da Lei nº 9.504/97, as variadas modalidades de divulgação, formalidades e características de um mesmo conteúdo de propaganda, uma vez consideradas como fatos jurídicos diferentes, não atraem os efeitos da litispendência, coisa julgada ou conexão, quando há mais de uma representação. Ao contrário, legitimam a propositura de quantas demandas sejam necessárias, de maneira autônoma, para fins de questionar o ato específico. É o típico caso, na Justiça Eleitoral, do concurso de ações⁸.

Sendo possível a divulgação de um mesmo conteúdo de publicidade de campanha com o nome do vice/suplente menor do que 30%

8 O denominado concurso de ações (rectius: direito ou pretensões) pode dar-se, em seu aspecto objetivo, de duas formas: [...] b) concurso próprio: há pluralidade de causas de pedir que autorizam a formulação de mesmo pedido (DIDIER JÚNIOR, 2021, p. 43).

do nome do titular, na modalidade de adesivo ou cartaz, ou mesmo que esteja afixada em tamanho limitado a 0,5m² na fachada do comitê central, inquestionável é o interesse jurídico de demandar cada ato de propaganda em específico. Ademais, a cada peça publicitária divulgada na *internet* em que esteja caracterizada a irregularidade do art. 36, § 4º, da Lei nº 9.504/97, é legítimo o questionamento judicial de cada uma das publicações (com a individualidade das URLs).

A jurisprudência da Corte Especial é uníssona quanto ao tema:

[...]. Propaganda irregular. Locais distintos. Litispêndência. Coisa julgada. Ausência. 1. Não há se falar em coisa julgada ou litispêndência entre representações que versem sobre propaganda difundidas em locais diversos. [...].” (BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Acórdão nº 4.11.2010 no AgR-Respe nº 35159. Relator: Min. Marcelo Ribeiro. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/decisoes>. Acesso em: 22 fev.2022)

[...] O Tribunal já firmou entendimento que, por configurarem fatos diversos, representações que versem sobre propaganda veiculada em datas distintas não possuem a mesma causa de pedir“ [...]” (BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Acórdão nº 5.8.2008 no AgRgAg nº 7549. Relator: Min. Eros Grau; no mesmo sentido o Acórdão nº 9.3.2004 no Ag nº 445. Relator: Min. Luiz Carlos Madeira. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/decisoes>. Acesso em: 22 fev.2022)

Trecho do voto do relator: “[...] afasto a suposta ofensa aos arts. 267, V, 301, V, VI, VII e §§ 1º e 2º do Código de Processo Civil, alegada em face dos diversos feitos propostos contra o recorrente, por prática de propaganda irregular, que resultaram em inúmeras condenações. Como bem assentou a Corte Regional, em virtude de cada fato apurado é perfeitamente possível a aplicação de multa, em representações distintas, sem que isto configure litispêndência, conexão ou coisa julgada.” (Ementa não transcrita por não reproduzir a decisão quanto ao tema.) (BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Acórdão nº 7.8.2003 no Recurso Especial nº 21182. Relator: Min. Fernando Neves. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/jurisprudencia/decisoes>. Acesso em: 22 fev.2022)

AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. ELEIÇÕES 2006. PROPAGANDA ELEITORAL EXTEMPORÂNEA. LITISPEN-DÊNCIA. AUSÊNCIA. REEXAME DE PROVA. IMPOSSIBILIDADE. SÚMULAS 7/STJ E 279/STF. DIVERGÊNCIA JURISPRUDENCIAL. DESPROVIMENTO DO AGRAVO. 1. Não há litispêndência em relação a representações versando sobre reportagens publicadas em dias diferentes, pois, por configurarem fatos diversos, a causa de pedir também é diferente. [...] (BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Acórdão nº 7.469. Relator: Min. Carlos Ayres Britto. Disponibilizado no Diário da Justiça Eletrônico nº 1.06.2007. Disponível em: <https://www.tse>

jus.br/jurisprudencia/decisoes. Acesso em: 23 fev.2022).

O Tribunal Regional Eleitoral da Bahia, reformando a sentença do Juiz da 37ª Zona Eleitoral, afastou a ocorrência de “fatiamento” e a litigância de má-fé atribuídas movidas em razão de publicações nas redes sociais *instagram* e *facebook*. Na ótica da Desembargadora Relatora, cujo voto foi acolhido à unanimidade, as representações retrataram fatos jurídicos distintos, e, por sua vez, as causas de pedir das demandas se diferenciavam por suas “URLs”⁹.

Na análise das múltiplas representações eleitorais por força da violação ao art. 36, § 4º, da Lei nº 9.504/97, nas quais figuram, por exemplo, as mesmas partes, observa-se que a causa de pedir se distingue por força dos locais, datas, meios de divulgação, já que cada uma das ações versa sobre um item de publicidade específica. Tal característica impossibilita o reconhecimento de litispendência, “fatiamento de demanda” e tampouco litigância de má-fé. Cada ação judicial visa questionar um fato jurídico diferente, independentemente do conteúdo da propaganda ser o mesmo ou não.

6 Conclusão

O candidato dispõe das mais variadas possibilidades para divulgar, durante o período eleitoral, as suas características e propostas para garantir o voto do eleitor. O objetivo da publicidade, portanto, é de assegurar a sua eleição ao final da campanha. Contudo, em que pese ga-

⁹ Vide trecho do voto da Desembargadora Relatora: Impende ressaltar que o ajuizamento de diferentes ações, com o fim de combater conteúdo de propaganda similar, se justifica vez que tratam as ações de postagens diferentes, como se verifica dos endereços virtuais e URLs informadas nas peças iniciais. (Tribunal Regional Eleitoral da Bahia. Acórdão. Recurso Eleitoral nº 0600341-18.2020.6.05.0037. Relatora: Desª Zandra Parada).

rantida a liberdade de expressão durante a propaganda eleitoral, há de ser observado um conjunto de normas que regulamentam e legitimam o exercício do referido ato.

Na disputa pelos mandatos de chefia do Poder Executivo, bem como por uma cadeira no Senado Federal, que compreende a eleição também de um vice e de um suplente, o art. 36, § 4º, da Lei nº 9.504/97 estabeleceu norma específica para identificação do substituto na propaganda eleitoral. Trata-se do reconhecimento do vice e do suplente como importantes atores do processo democrático brasileiro, já que eventualmente poderão ocupar, transitoriamente ou em definitivo, a cadeira do titular. A interpretação do dispositivo traduz a dar conhecimento público aos participantes da disputa eleitoral.

A violação dessa regra por um mesmo conteúdo publicitário, este divulgado em lugares, plataformas e/ou dias diferentes, compreende o ajuizamento de demandas judiciais distintas, ao tempo que impõe condenações individuais ao pagamento de multa (do art. 36, § 3º, da Lei nº 9.504/97).

O entendimento do Tribunal Superior Eleitoral acerca da causa de pedir das demandas eleitorais por propaganda irregular, acompanhado por outras Cortes Regionais, perpassa por individualizar o fato jurídico sem vinculação ao conteúdo do ato em si. O desfecho afasta a litispendência e a coisa julgada, cabendo ao magistrado, se assim desejar, reunir os feitos utilizando o instituto da conexão.

Assim, no cenário em que há múltiplas representações eleitorais, com fatos jurídicos que não se confundem, inexistente qualquer conduta desleal da parte autora. Fica prejudicado o instituto do “fatiamento de demanda”, no âmbito da Justiça Eleitoral, ao passo em que deve ser afastada a prática de má-fé processual. Há, por outro lado, o legítimo interesse jurídico de demandar perante o Poder Judiciário contra cada ato de campanha que desobedeça à regulamentação de propaganda eleitoral.

REFERÊNCIAS

ALVIM, F. F. **Direito eleitoral**, Curitiba: Juruá, 2016.

DIDIER JÚNIOR, Fredie. **Curso de direito processual civil : introdução ao direito processual civil, parte geral e processo de conhecimento**. 23. ed. Salvador: Juspodivm, 2021. v. 1

KAHN, Andrea Patrícia Toledo Távora Niess; NIESS, Pedro Henrique Távora; SOUZA, Luciana Toledo Távora Niess. **Direito eleitoral**. São Paulo: Edipro, 2016.

MIRANDA, Pontes. **Comentários ao código de processo civil**. Rio de Janeiro: Forense, 1974. Tomo 4.

NEVES FILHO, Carlos. **Propaganda eleitoral: e o princípio da liberdade da propaganda política**. Belo Horizonte: Fórum, 2012.

NERY JÚNIOR, Nelson; NERY, Rosa Maria de Andrade. **Código de processo civil comentado e legislação extravagante**. 10. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

RODRIGUES, Marcelo Abelha. Notas sobre a semelhança e a identidade de causas no direito processual eleitoral (art. 96-B da Lei nº 9.504/97). *In*: TAVARES, André Ramos; AGRA, Walber de Moura; PEREIRA, Luiz Fernando (coord.). **O direito eleitoral e o novo Código de Processo Civil**. Belo Horizonte: Fórum, 2016, p. 177-191.