

1. FATOS

1. Os Representados, em manifesto desvio de finalidade e com inequívoco intuito eleitoral direcionado ao pleito de 2026, vêm promovendo a superexposição de suas imagens que configuram propaganda eleitoral antes do período permitido.
2. Tais condutas, consideradas em sua extensão, intensidade e nos meios empregados — utilização de instrumentos vedados —, ultrapassam os limites juridicamente tolerados da pré-campanha, caracterizando, de forma inequívoca, propaganda eleitoral antecipada, em afronta ao princípio da paridade de armas que deve nortear o processo democrático.
3. A materialidade da referida superexposição encontra-se comprovada nos autos. Em diligência realizada por esta Procuradoria Regional Eleitoral junto à empresa Bandeirante Mídia Exterior, constatou-se a existência de operação publicitária de grande abrangência, consistente na veiculação de **64 (sessenta e quatro) outdoors**, estrategicamente distribuídos pelo Estado, ao custo total de **R\$ 32.000,00 (trinta e dois mil reais)**, evidenciando a robustez e a capilaridade da campanha de promoção pessoal empreendida pelos Representados.
4. A capilaridade da conduta ilícita restou demonstrada, alcançando 44 engendros publicitários na Região Metropolitana do Recife e outros 20 no interior do Estado, estrategicamente posicionados em vias de intenso fluxo de pessoas e veículos, a exemplo da Av. Boa Viagem, Via Mangue, BR-232, BR-101 e PE-15.
5. O custo total da operação foi de R\$ 32.000,00, referente ao período de exibição compreendido entre 09 e 22/02/2026, evidenciando não apenas a ampla difusão da mensagem, mas também o relevante investimento financeiro empregado na ação. O pagamento foi efetuado pela empresa Construtora Machado Guimarães Ltda. (CNPJ 09.939.5880001-18), cujo sócio administrador (Carlos Eduardo Machado Guimarães Filho) é irmão e tio dos representados.

1258316393

6. No tocante ao conteúdo veiculado, as peças publicitárias exibem as imagens dos Representados associadas à figura do ex-Presidente Jair Bolsonaro e do pré-candidato a Presidência da República Flávio Bolsonaro, acompanhadas da mensagem “SEMPRE JUNTOS POR PERNAMBUCO”, conforme imagem a seguir (*print* do vídeo “Gilson-FilhoCatende”):



1258316393

Ademais, de forma concomitante, houve distribuição massiva de adesivos contendo o dizer **“O Nordeste está com Flávio em 2026”**. Tais elementos, analisados em conjunto, reforçam o caráter eleitoral das manifestações, evidenciando estratégia coordenada de propaganda eleitoral extemporânea, em violação às normas que regem o período pré-eleitoral.

8. No vídeo “adesivacocadacidade”, GILSON MACHADO FILHO aparece colocando adesivo em seu próprio carro e afirma que, junto com o pai, vai fazer um adesivação em cada cidade de Pernambuco.

9. No vídeo “Largaescalaadesivo”, GILSON MACHADO menciona em tom de brincadeira que “foi feito bem pouquinho disso aqui” segurando o adesivo na mão e colando numa motocicleta.

2. DIREITO

10. O fundamento principiológico da proibição reside na preservação da igualdade de chances. O outdoor é um meio de propaganda de alto custo e altíssimo impacto visual; permitir que pré-candidatos ocupem as margens das rodovias com suas imagens antes do período permitido cria um desequilíbrio irreversível no pleito.

11. O art. 39, § 8º, da Lei nº 9.504/1997 proíbe terminantemente a propaganda eleitoral por meio de outdoors, proibição que se estende sem ressalvas à fase de pré-campanha, em estrita observância ao princípio da isonomia entre candidatos. A utilização desses meios configura, de forma inequívoca, propaganda antecipada ilícita, nos termos do art. 3º-A da Resolução TSE nº 23.610/2019, por empregar instrumento expressamente vedado durante o período eleitoral oficial.

A legislação eleitoral admite a manifestação de posicionamentos políticos durante a pré-campanha, desde que respeitados os limites legais. Entretanto, referido permissivo não alcança a utilização de meios expressamente vedados, como o outdoor, cuja proibição decorre de seu elevado alcance e potencial de impacto sobre o eleitorado.

1258316393

13. No caso, a mensagem veiculada revela manifesto propósito de antecipação da disputa eleitoral, ao vincular a imagem dos Representados ao pleito de 2026 e associá-los a figuras políticas de projeção nacional, com clara intenção de angariar vantagem junto ao eleitorado. A conduta extrapola, assim, os limites da mera manifestação de pensamento, configurando propaganda eleitoral antecipada, servindo ainda como mecanismo de consolidação de vantagem econômica e desequilíbrio concorrencial em relação aos demais candidatos.

2.1. ENTENDIMENTO DO TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL DO TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE PERNAMBUCO

Como sabido, desde as eleições de 2018, o C. Tribunal Superior Eleitoral debruçou-se sobre o tema e fixou precedentes, que foram acompanhados pelo E. Tribunal Regional Eleitoral de Pernambuco nas eleições seguintes.

15. No processo nº 0600227-31.2018.6.17.0000, o C. Tribunal Superior Eleitoral deu provimento a recurso especial interposto pela Procuradoria Regional Eleitoral de Pernambuco e entendeu que “a jurisprudência do TSE se orientou no sentido de que, a despeito da licitude da exaltação de qualidades próprias para o exercício de mandato e a divulgação de plataformas de campanha ou planos de governo, resta caracterizado o ilícito eleitoral quando o veículo de manifestação se dá pela utilização de formas proscribas durante o período oficial de propaganda.” Eis a ementa do julgado:

ELEIÇÕES 2018. RECURSO ESPECIAL ELEITORAL. ATOS DE PRÉ-CAMPANHA. DIVULGAÇÃO DE MENSAGEM DE APOIO A CANDIDATO. AUSÊNCIA DE PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTO. UTILIZAÇÃO DE OUTDOORS. MEIO INIDÔNEO. INTERPRETAÇÃO LÓGICA DO SISTEMA ELEITORAL. APLICABILIDADE DAS RESTRIÇÕES IMPOSTAS À PROPAGANDA ELEITORAL AOS ATOS DE PRÉ-CAMPANHA. CIRCUNSTÂNCIAS FÁTICAS QUE APONTAM PARA A CIÊNCIA DO CANDIDATO SOBRE AS PROPAGANDAS. RECURSO PROVIDO.

<http://www.transparencia.mpf.br>
 1258310393
 93591649

1. A realização de propaganda, quando desacompanhada de pedido explícito e direto de votos, não enseja irregularidade *per se*.
2. A interpretação do sistema de propaganda eleitoral aponta ser incompatível a realização de atos de pré-campanha que extrapolem os limites de forma e meio impostos aos atos de campanha eleitoral, sob pena de se permitir desequilíbrio entre os competidores em razão do início precoce da campanha ou em virtude de majorada exposição em razão do uso desmedido de meios de comunicação vedados no período crítico.
3. A despeito da licitude da exaltação de qualidades próprias para o exercício de mandato ou a divulgação de plataformas de campanha ou planos de governo, resta caracterizado o ilícito eleitoral quando o veículo de manifestação se dá pela utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda.
4. As circunstâncias fáticas, do caso ora examinado, de maciço uso de outdoors em diversos Municípios e de expressa menção ao nome do candidato permitem concluir a sua ciência dos atos de pré-campanha, conforme exigência do art. 36, § 3º, da Lei das Eleições.
5. A realização de atos de pré-campanha por meio de outdoors importa em ofensa ao art. 39, § 8º, da Lei nº 9.504/97 e desafia a imposição da multa, independentemente da existência de pedido explícito de voto.
6. Recurso especial eleitoral provido.
 (TSE – Recurso especial eleitoral 0600227-31.2018.6.17.0000 – R. Esp. Ele. – Min. Edson Fachin – *Diário da Justiça eletrônico* 123, 1º.jul. 2019 – p. 215 – grifos apostos)

16. O entendimento do C. Tribunal Superior Eleitoral foi mantido nas eleições que se sucederam, conforme julgados abaixo:

AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. CONTEÚDO ELEITORAL. MEIO PROSCRITO. OUTDOOR. DESPROVIMENTO.

SÍNTESE DO CASO

1. O Tribunal Regional Eleitoral, por maioria, negou provimento ao recurso para manter a sentença do Juízo da 31ª Zona Eleitoral daquele Estado que julgou procedente a representação ajuizada pelo Diretório Municipal do Movimento Democrático Brasileiro (MDB), aplicando à recorrente a multa na quantia de R\$ 5.000,00, em virtude da prática de

1258316393

propaganda eleitoral antecipada, consistente na veiculação de publicidade institucional em período vedado por meio do uso indevido de placas ou outdoors.

2. Por meio da decisão agravada, foi negado seguimento ao recurso especial manejado pelo candidato, nos termos do art. 36, § 6º, do Regimento Interno do Tribunal Superior Eleitoral.

3. Irresignada, a candidata interpôs agravo interno.

ANÁLISE DO AGRAVO REGIMENTAL

4. A Corte Regional Eleitoral, soberana na análise de fatos e provas, manteve a multa imposta na sentença, em razão de veiculação de propaganda antecipada, mesmo que ausente pedido explícito de voto, tendo em vista a utilização de meio proscrito (*outdoor*) em publicidade institucional.

5. Quanto ao argumento da agravante de que a mensagem divulgada não tem nenhuma conotação eleitoral, não há como alterar a conclusão das instâncias ordinárias, de que ficou caracterizado "o caráter autopromocional das peças e não apenas institucional, bem como conteúdo eleitoral" sem novo exame das provas constantes dos autos. A providência inviável em sede de recurso especial, a teor do verbete sumular 24 do TSE.

6. O entendimento da Corte Regional Eleitoral está alinhado com a orientação do Tribunal Superior Eleitoral no sentido de que “a realização de atos de pré-campanha por meio de outdoors importa em ofensa ao art. 39, § 8º, da Lei nº 9.504/97 e desafia a imposição de multa, independentemente da existência de pedido explícito de voto” (Rp 0600061-48, rel. Min. Edson Fachin, DJE de 4.5.2020). Incidência do verbete sumular 30 do TSE.

CONCLUSÃO

Agravo regimental a que se nega provimento.

(TSE – Recurso Especial Eleitoral 060004743 – Rel. Min. Sérgio Silveira Banhos – Diário da Justiça eletrônica 181, 1º out. 2021 – grifos apostos)

ELEIÇÕES 2024. AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. UTILIZAÇÃO DE MEIO PROSCRITO. OUTDOOR. PROMOÇÃO PESSOAL COM MENÇÃO A CARGO ELETIVO ENTÃO OCUPADO. CONTEÚDO ELEITORAL. PROCEDÊNCIA NA ORIGEM. CONFORMIDADE DO JULGADO COM A JURISPRUDÊNCIA DESTE TRIBUNAL SUPERIOR. SÚMULAS – TSE N°s 24 E 30. NEGATIVA DE

<http://www.tse.jus.br/validacao> 1258316393

PROVIMENTO.

1. Conforme registrado na moldura fática do aresto recorrido, **mesmo ausente pedido explícito de voto e de não voto ou uso de "palavras mágicas", a foto do pré-candidato estampada no outdoor questionado e o conteúdo das mensagens, inclusive com menção ao cargo político por ele ocupado à época, marcaram o caráter político-eleitoral pretendido com a instalação daquele artefato publicitário.** Conclusão distinta demandaria o reexame do conjuntofático-probatório. Incidência, portanto, da Súmula-TSE nº 24.
2. Assentada pela Corte Regional a conotação eleitoral do conteúdo veiculado em meio proscrito (*outdoor*), há plena aderência do acórdão recorrido com a orientação desta Corte Superior de que, “ainda que ausente o pedido explícito de votos, caracteriza-se o ilícito eleitoral quando o veículo de manifestação se dá pela utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda, como se depreende no caso ora analisado, cujo meio utilizado consistiu em outdoor, nos termos do art. 39, § 8º, da Lei 9.504/97”. Precedente. Incidência do Enunciado nº 30 da Súmula do TSE.
3. Agravo regimental ao qual se nega provimento.

**(AgR-REspEI nº 060059158 BAYEUX-PB Acórdão de 02/12/2025
 Relator(a): Min. André Mendonça DJE 209, data 15/12/2025 - apóstatos)**

17. Este Tribunal Regional Eleitoral adotou o mesmo entendimento nas eleições majoritárias passadas. Eis as ementas:

ELEIÇÕES 2022. RECURSO INOMINADO. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ANTECIPADA. OUTDOOR. PRÉ-CANDIDATURA. OFENSA À FOTOGRAFIA, MENSAGEM, COM POLÍTICO DE GRANDE INFLUÊNCIA. DIVULGAÇÃO DE 40 OUTDOORS, EM 13 MUNICÍPIOS. CONTEÚDO ELEITORAL PRESENTE. MEIO PROSCRITO PELA LEGISLAÇÃO. IMPROVIMENTO.

1. **É nítido o conteúdo eleitoral de propaganda com fotografia de pré-candidato ao cargo de deputado estadual junto a político de grande influência no país - atual Presidente da República - em um clássico aperto de mãos e mensagem de "Sempre Juntos por Pernambuco", demonstrando uma clara estratégia de campanha com a finalidade de manifestar parceria e angariar para si a simpatia e os votos dos eleitores do atual gestor e pré-candidato ao cargo majoritário.**
2. As cores do outdoor, o nome do REPRESENTADO como é conhecido

http://www.transparencia.mpb.jus.br/validar/validar_documento.php?token=504833491258316393

politicamente, além da divulgação de sua rede social, demonstram claramente a tentativa de promoção de sua imagem como pré-candidato.

3. A propaganda antecipada independe de pedido explícito de votos quando, reconhecido o conteúdo eleitoral, for veiculada em meios proscritos pela legislação para o período de campanha. Precedentes do TSE e alteração da Res. TSE 23.610, pela Res. TSE 23.671/21, com inclusão do art. 3º-A.

4. É grande a proximidade entre o momento da veiculação da publicidade (março e abril de 2022) com o período eleitoral, considerando que o prazo final para registro de candidatura nas Eleições de 2022 se dará em 15/08/2022 (Calendário Eleitoral - Res. TSE 23.674), ou seja, cerca apenas de 4 meses do início da campanha, suficiente para enquadrar a conduta como propaganda extemporânea.

5. Recurso Inominado a que se nega provimento. Confirmação da decisão monocrática e aplicação da multa o art. 36 §3º da Lei 9504/97.

(Recurso Inominado 0600259-94.2022.6.17.0000. RECIFE/PE. Acórdão de 08/08/2022. Relator(a): Des. VIRGÍNIA GONDIM DANTAS. DJE 165, data 10/08/2022)

ELEIÇÕES 2022. RECURSO INOMINADO. REPRESENTAÇÃO PROPAGANDA ANTECIPADA. OUTDOOR. PRÉ-CANDIDATURA. DEPUTADO FEDERAL. MENSAGEM, CORES, FOTOGRAFIA, NOME DE URNA E ASSOCIAÇÃO DE IMAGEM COM FIGURAS PÚBLICAS PARA TORNA-SE CONHECIDO. DIVULGAÇÃO DE 54 OUTDOORS, EM 27 MUNICÍPIOS. CONTEÚDO ELEITORAL PRESENTE. ANO ELEITORAL AFASTADA HIPÓTESE DE MERO AGRADECIMENTO SEM CUNHO ELEITORAL. MEIO PROSCRITO PELA LEGISLAÇÃO. IMPROVIMENTO.

1. É nítido o conteúdo eleitoral de propaganda, com grande destaque para fotografia do então pré-candidato a deputado federal associada ao Presidente da República e um então Ministro de Estado, junto com o seu provável nome de urna, além da mensagem “PERNAMBUCO MAIS FORTE E MAIS PERTO DA GENTE”, demonstrando uma clara estratégia de antecipar a campanha eleitoral, por nunca ter participado de uma eleição, por meio proscrito, desequilibrando a paridade de armas com pré-candidatos menos favorecidos.

2. Não há de se falar em divulgação de agradecimento, sem cunho eleitoral, por todo esforço do Presidente da República em destinar recursos para o Estado de Pernambuco, quando há apenas um agradecimento vazio (“OBRIGADO, BOLSONARO E GILSON

MACHADO").

3. Apropaganda antecipada independe de pedido explícito de votos quando, reconhecido o conteúdo eleitoral, for veiculada em meios proscritos pela legislação para o período de campanha. Do TSE em decorrência da Res. TSE 23.610, pela Res. TSE 23.671/21, com inclusão do art. 3º-A.

4. É grande a proximidade entre o momento da veiculação da publicidade (fevereiro 2022) e o período eleitoral, considerando que o prazo final para registro de candidatura nas Eleições de 2022 foi o dia 15/08/2022 (Calendário Eleitoral – Res. TSE 23.674), ou seja, cerca de apenas de 5 meses do início da campanha, circunstância suficiente para enquadrar a conduta como propaganda extemporânea.

5. Recurso Inominado a que se nega provimento. Confirmação da decisão monocrática e aplicação da multa do art. 36 §3º da Lei 9504/97.

(Recurso Inominado 060028240. SANTA CRUZ DO CAPIBARIBE/PE. Acórdão de 29/08/2022. Relator (a): Des. Rogério de Meneses Fialho Moreira)

18. Conforme já delineado, a jurisprudência é firme no sentido de que a associação de imagem a figuras políticas de ampla projeção nacional, quando realizada por meio de outdoor, evidencia estratégia de promoção eleitoral voltada à captação de simpatia e apoio do eleitorado.

19. Ainda que ausente pedido expresso de voto, a utilização de outdoor com conteúdo de nítido viés eleitoral revela-se, por si só, suficiente para caracterizar a irregularidade. A manutenção dessas peças publicitárias, ademais, projeta efeitos contínuos no tempo, acentuando o desequilíbrio na disputa eleitoral e comprometendo a isonomia entre os potenciais candidatos.

20. Dessa forma, resta configurada a violação ao art. 36, *caput*, da Lei nº 9.504/1997, incidindo, na hipótese, a sanção prevista no § 3º I do referido dispositivo. Assim, os Representados sujeitam-se à aplicação de multa no patamar de R\$ 5.000,00 a R\$ 25.000,00, ou em valor equivalente ao custo da propaganda irregular, caso este se

↑ “§ 3º A violação do disposto nestes artigos 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.”

12588316393

mostre superior.

3. TUTELA DE URGÊNCIA

Diante do evidente desequilíbrio causado pela propaganda antecipada ilícita dos Representados por uso de *outdoors* com fins eleitoral, verifica-se a quebra da igualdade de oportunidades entre os futuros candidatos, portanto é necessária medida judicial para inibir a prática ilícita. A permanência dos *outdoors* ofende o princípio da igualdade de oportunidades na eleição.

22. O Código de Processo Civil prevê concessão de tutela de urgência quando houver elementos que evidenciem probabilidade do direito e perigo de dano.

Quanto ao *fumus boni iuri*, as provas são inequívocas e a veiculação dos *outdoors* configuram propaganda eleitoral antecipada, como já demonstrado. Em relação ao *periculum in mora*, a permanência dos artefatos, sobretudo com a proximidade do período eleitoral, gera desequilíbrio na disputa.

REQUERIMENTOS

24. Ante o exposto, o **MINISTÉRIO PÚBLICO ELEITORAL** requer:

- a) liminarmente, a remoção das peças publicitárias que ainda estejam em veiculação com consequente intimação da Band e antes Mídia Exterior para informar se os *outdoors* continuam expostos e, em caso positivo, remover as peças publicitárias;
- b) a citação dos Representados para, no prazo de 2 dias, querendo, apresentarem as respectivas defesas, conforme artigo 96, § 5º, da Lei 9.504/1997; e
- c) a procedência do pedido, com a condenação dos Representados a pagar a multa individual do artigo 36, § 3º, da Lei 9.504/1997, que deve ser fixada em R\$ 32.000,00, valor equivalente ao custo da propaganda.

1258316393

d) manutenção da cautela de sigilo quanto à noticiante, para resguardar sua identidade, nos termos da legislação vigente, especialmente da Lei nº 13.709/2018 (LGPD), conforme solicitação.

Recife (PE), data da assinatura

[Assinado eletronicamente]

Roberto Moreira de Almeida
Procurador Regional Eleitoral Auxiliar

1258316393