

## Políticos do RS devolverão dinheiro por promoção pessoal irregular

O uso comprovado de propaganda institucional para fins de promoção pessoal e marketing político levou a 22ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul a [julgar procedente](#) a ação popular que denunciou o ex-prefeito de São Borja Mariovane Gottfried Weis e seu vice, Jefferson Olea Homrich, do Partido Trabalhista Brasileiro. Ambos foram condenados por violar os dispositivos da Lei 8.429/92, que dispõe sobre as sanções aplicáveis aos agentes públicos em caso de improbidade administrativa: o artigo 10, inciso IX (permitir a realização de despesa não autorizada em lei); e artigo 11, *caput* (ação ou omissão que viola os deveres de honestidade, imparcialidade, legalidade e lealdade às instituições).

Com a reforma da sentença, eles terão de ressarcir o município das despesas públicas com as divulgações feitas por diversos meios — filmes, jornal, camisetas, *jingles*, programas de rádio, placas —, na proporção de 70% para Weis e 30% para Homrich. Ambos também terão de pagar multa no valor do dano infligido aos cofres públicos.

Na primeira instância, o juiz André Dal Soglio Coelho, titular da 2ª Vara Cível de São Borja, [entendeu](#) que o uso do *slogan* “Trabalho que dá resultado, Prefeitura de São Borja” não associou a imagem dos políticos às conquistas da municipalidade. E por um motivo bem simples: na logomarca, não existem elementos que permitam a identificação direta de prefeito e vice, uma vez que tanto a imagem como a frase não designam qualquer característica dos denunciados na ação popular. “Portanto, conclui-se que a utilização do referido *slogan* aufere, unicamente, publicidade ao símbolo identificador da gestão dos requeridos, de forma a valorizar a cidade e seus munícipes, de modo que não foi frontalmente violado o princípio da impessoalidade”, concluiu, julgando improcedente.

### Princípio da impessoalidade

Ao julgar procedente a apelação, a desembargadora-relatora Denise Oliveira Cezar explicou que a propaganda governamental deve obrigatoriamente harmonizar-se com os princípios da legalidade, moralidade e impessoalidade — ou seja, jamais poderá ser utilizada para a promoção pessoal do administrador. E não apenas isso: as ações devem ter caráter educativo, informativo ou de orientação social.

Nessa linha, observou que, ao vincularem a publicidade institucional às suas próprias figuras na gestão 2009/2012, ambos violaram, além da lei federal referida, a Lei Municipal 3.728/07, que disciplina a utilização de marcas e *slogans*. Esta, em seu parágrafo primeiro, diz que os poderes locais não podem usar nenhuma logomarca de identificação de suas administrações que não seja o brasão oficial da cidade, com a inscrição “Município de São Borja”, à exceção das expressões “terra dos presidentes” e /ou “capital da produção”.

“Da análise das publicações acostadas, possível observar que o conteúdo jornalístico não se presta a simples publicidade governamental; na verdade, noticiam realizações dos administradores com evidente propósito de exaltar feitos pessoais, trazendo ilustrações com fotografias que ressaltam as imagens do prefeito e do vice-prefeito, este como pré-candidato no próximo pleito eleitoral”, escreveu no acórdão a relatora.

Essa ostensiva propaganda política, disfarçada de publicidade governamental, segundo a relatora, estava ancorada no *slogan* com o formato gráfico destacando a primeira frase em relação à segunda. “Não há dúvida de que a expressão ‘Trabalho que dá resultado’ traz uma ideia de exaltação das ações dos administradores, e não propriamente das qualidades do município e de seus cidadãos, caracterizando-se a indevida tentativa de promoção pessoal”, fulminou.

Clique [aqui](#) para ler a sentença.

Clique [aqui](#) para ler o acórdão.

**Date Created**

05/10/2015