

ILUSTRÍSSIMO PRESIDENTE DA COMISSÃO ELEITORAL FEDERAL DO
CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - ELEIÇÕES
2018/2020.

CREA-ES
VITÓRIA
PROTOCOLO
Nº 166201
Data: 04/12/17

ASSINATURA
Sonia Mara Candia
TSO - CREA-ES

LÚCIA HELENA VILARINHO RAMOS, brasileira, casada,
inscrita no CREA-ES 1723/D, portadora do documento de identidade nº 225762 SSP/ES,
inscrita no CPF sob o nº 394.690.937-04, domiciliada na Avenida Adalberto Simão Nader,
nº 117, apto. 901-A, bairro Mata da Praia, Vitória/ES, CEP 29.066-370, por seus
procuradores signatários¹, vem à presença de Vossa Senhoria apresentar

REPRESENTAÇÕES POR ILEGALIDADES

Em face de

GERALDO ANTONIO FERREGUETTI, candidato a
Presidência do Crea/ES sub judice, qualificação desconhecida,
podendo ser encontrado na endereço depositado junto a esta
Comissão Eleitoral,

¹ Celular: 27 - 999.092.831 e/ou e-mail: advcamara@gmail.com

Por descumprimento da Resolução 1.021/07 e das decisões proferidas por esta Comissão Eleitoral Regional, nos termos a seguir aduzidos:

I – COMPETÊNCIA:

Dispõe a Resolução 1.021/07:

Art. 24. Compete à CER:

I - dar publicidade à convocação da eleição;

II - julgar requerimento de registro de candidatura à Presidência do Crea;

III - atuar como órgão regional decisório, deliberativo, disciplinador, coordenador, consultivo e fiscalizador do processo eleitoral, podendo intervir nas instâncias inferiores, a qualquer tempo, de modo a assegurar a legitimidade e a moralidade do processo eleitoral; [...].

In casu, a representante traz à colação eventuais descumprimento das regras eleitorais, consoante a seguir narrado.

II – DO ABUSO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO. USO ILEGAL DE PUBLICIDADE PAGA NA REDE SOCIAL “FACEBOOK”. USO ILEGAL DE IMPULSIONAMENTO ELETRÔNICO PELO REPRESENTADO. QUEBRA DA ISONOMIA. CASSAÇÃO DO REGISTRO.

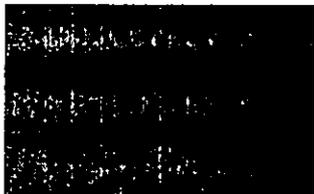
Conforme os documentos que ora são acostados, resta sobejamente comprovado de que o Representado vem se utilizado de publicidade paga na rede social “FACEBOOK”, tanto que sua página consta a menção logo embaixo do termo “PATROCINADO”.

Numa simples pesquisa na rede social encontramos a seguinte definição²:

“Sobre promoções da Página comercial

Promover sua Página

² Acesso em 03.12.17 - <https://www.facebook.com/business/help/209213872548401>



A promoção da sua Página comercial do Facebook é feita por meio da criação de anúncios para sua Página que ajudarão a aumentar o reconhecimento e a visibilidade da sua empresa. Promover uma Página é uma maneira rápida de alcançar as pessoas interessadas no seu conteúdo ou as pessoas interessadas em empresas como a sua. Quando você clicar no botão azul Promover na sua Página comercial, poderá escolher entre algumas opções diferentes para ajudá-lo a expandir seus negócios. As opções do botão Promover ajudam a conectar sua empresa a um número maior das pessoas que são importantes para você.

Se você promover sua Página com um anúncio, poderá ver como será a aparência do seu anúncio no Feed de Notícias móvel, do desktop e na coluna da direita do Facebook. Melhor ainda, seu anúncio será exibido em todos os três formatos, aumentando a probabilidade de alcançar o público desejado.

Por que promover a Página?

Embora o Facebook ofereça uma variedade de plataformas e objetivos de publicidade, o recurso Promover pode ser usado rapidamente, direto da sua Página. Extrairemos automaticamente o texto e a imagem para criar seu anúncio na hora. Depois que criarmos seu anúncio, você só precisará escolher seu público-alvo e o quanto pretende gastar.

Recursos da promoção da Página

- **Processo de criação com etapas mínimas:** podemos extrair as imagens e o texto para criar seu anúncio, ou você mesmo pode criá-lo com as especificações desejadas.
- **Direcionamento de público:** escolha quem verá seu anúncio, criando Públicos Personalizados com base em detalhes como localização, interesses e outros. Também é possível criar Públicos Semelhantes com base nas pessoas que já mostraram interesse na sua Página.
- **Diversos posicionamentos:** os posicionamentos no Facebook representam onde seu anúncio será exibido. Saiba mais sobre os posicionamentos de anúncios do Facebook.
- **Defina o seu próprio orçamento:** escolha quanto você deseja gastar em cada promoção. Não há um custo universal para promover sua Página, já que o valor que você pagar para promover sua Página sempre dependerá de quantas pessoas você deseja alcançar e por quanto tempo deseja manter a promoção.

- **Filtros detalhados:** você terá acesso a opções mais sofisticadas de lances e orçamentos com a ferramenta de criação de anúncios, disponível diretamente na Página.
- **Acesso às informações:** verifique o desempenho diário do seu anúncio e meça os resultados.

Mais recursos de Páginas impulsionadas

- Como criar promoções da Página comercial
- Como gerenciar promoções da Página comercial
- Como medir e aprimorar promoções da Página”

Ou seja, a publicidade patrocinada possui a finalidade de alcançar um público direcionado e especial, no caso do Representado, os eleitores aptos a votar na presente eleição.

Todavia, a ora Representante propôs a **Consulta nº 144.215/17** à vista das alterações promovida pela Lei nº 13.488/17, onde **esta Comissão Eleitoral Regional**, ante a manifestação jurídica constante do **Parecer nº 119/2017**, **concluiu ser violadora dos princípios constitucionais** da anualidade previsto no art. 16 da CRFB/88 e da isonomia, a utilização de publicidade paga nas redes sociais de qualquer forma, mormente o **impulsioneamento de publicidade paga**.

Não bastasse a clareza, temos conhecimento de que na **Consulta nº 157.056/17**, promovida pela Associação de Engenheiros Florestais do Espírito Santo – AEFES, novamente **esta Comissão Eleitoral Regional**, ante a manifestação jurídica constante do **Parecer nº 127/2017**, **concluiu que:**

“Desta forma, entende-se que a publicidade patrocinada nas redes sociais (facebook, instagram, twitter e similares), é vedada sua utilização, no processo eleitoral do sistema Confea/Crea/Mútua 2017” (negrito nosso)

E mais: consta ainda do **Parecer nº 127/2017** que:

“Vale consignar, que o Parecer nº 119/2017, elaborado pela Assessoria Jurídica da CER, já se manifestou acerca da matéria ora questionada, sendo que, tal o posicionamento foi acompanhado pela CER-ES, e determinando que tal entendimento fosse divulgado a todos os candidatos.” (destaques nosso)



Incontestável que o Representado mesmo tendo conhecimento da vedação ainda assim a faz.

Nítido portanto o **abuso dos meios de comunicação** por parte do Representando com claro desequilíbrio do pleito. Nesse contexto, certo que a potencialidade lesiva da conduta do Representado influencia no resultado do pleito.

Desta forma, a jurisprudência do **Tribunal Superior Eleitoral**:

“Eleições 2010. [...]. **Uso indevido dos meios de comunicação social. Inelegibilidade. Incidência.** LC nº 135/2010. 1. Em AIJE foi julgado procedente o pedido para cassar o diploma do primeiro Recorrente e decretar sua inelegibilidade. No período de disputa eleitoral, quando apenas era permitida propaganda eleitoral gratuita em rádio e TV, foram concedidas entrevistas pelo candidato e por terceiro em seu benefício e veiculada campanha promovida pela TV Serra Azul. **2. É desnecessário, em AIJE, atribuir ao réu a prática de uma conduta ilegal, sendo suficiente o mero benefício eleitoral angariado com o ato abusivo e a demonstração da gravidade da conduta. Precedente. [...]**” (*Ac. de 3.12.2013 no RO nº 406492, rel. Min. Laurita Vaz.*)

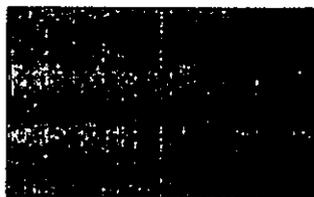
“[...] **Uso indevido dos meios de comunicação social. Mídia impressa. Potencialidade. Configuração.** Reexame de fatos e provas. Não provimento. [...]. **2. Irrelevante a alegação de que a conduta abusiva não teria causado prejuízo direto à esfera jurídica dos recorridos. A AIJE visa proteger bem jurídico de titularidade coletiva, qual seja, a estabilidade do regime democrático manifestado pela soberania do voto popular. Assim, a configuração do abuso dos meios de comunicação social exige apenas a potencialidade lesiva da conduta para interferir na lisura e no equilíbrio das eleições.** [...]. 3. O e. TRE/SP, instância soberana na apreciação do acervo fático-probatório, consignou que a potencialidade lesiva no uso indevido dos meios de comunicação social decorre: a) da tiragem de 1.000 exemplares do ‘Jornal Já’ distribuídos no Município de Araras/SP; b) de ampla quantidade de anúncios comerciais no mencionado jornal; c) de anterior utilização deste periódico como órgão de imprensa oficial na publicação de atos do Poder Executivo Municipal; d) da quantidade de 8 (oito) edições nos meses que antecederam o pleito, com intensa propaganda negativa dos recorridos; e) da disponibilidade dos exemplares do jornal em determinados pontos da cidade. Para a adoção de entendimento contrário sob o argumento de que ‘o aludido jornal ‘Já’ é editado apenas uma vez por semana e tem a menor tiragem e distribuição entre outros periódicos da cidade, como o jornal ‘Opinião’, que combateu as candidaturas dos recorrentes e tem uma distribuição semanal de 10.000 exemplares, assim como o jornal ‘Tribuna do Povo’, editado três vezes por semana com distribuição em torno de 30.000 exemplares’, seria necessário o reexame de fatos e provas, atraindo o óbice das Súmulas nºs 7/STJ e 279/STF, pois nenhuma destas alegações trazidas pelos recorrentes faz parte da moldura fática delimitada pelo v. acórdão

regional. 4. A discussão sobre a maior quantidade de jornais supostamente utilizados contra a campanha dos recorrentes, bem como a maior periodicidade na sua distribuição, somente teria relevância para o deslinde da causa se fosse possível afirmar, indene de dúvidas, que tal veículo de comunicação social foi usado de forma abusiva, como de fato ocorreu com o jornal utilizado pelos recorrentes. Trata-se, todavia, de matéria fática não abordada no v. acórdão regional cujo conhecimento em sede de recurso especial também esbarraria no óbice das Súmulas nº 7/STJ e 279/STF. 5. A suposta ausência de responsabilidade dos recorrentes pela veiculação das matérias abusivas afigura-se inócua, já que, segundo a jurisprudência do e. TSE, 'pode vir a ser configurado o abuso de poder mesmo sem ter havido participação do candidato beneficiado, se evidente a potencialidade de influência no pleito'. [...]"

(Ac. de 9.3.2010 no REspe nº 35.923, rel. Min. Felix Fischer; no mesmo sentido do item 5 da ementa o Ac. de 8.6.2004 no RO nº 782, rel. Min. Fernando Neves.)

"[...] Ação de investigação judicial eleitoral. Art. 22 da Lei Complementar nº 64/90. Art. 73, II, da Lei nº 9.504/97. Decisão regional. Procedência parcial. Sanção. Inelegibilidade. [...] 2. **O reconhecimento do uso indevido de meios de comunicação social independe da demonstração do nexo de causalidade entre a conduta e o resultado do pleito, bastando a verificação de sua potencialidade para macular o resultado das urnas, não importando se o autor da conduta ou o candidato beneficiado foi ou não vitorioso.** [...] NE: Jornal de distribuição gratuita que teria enaltecido a administração municipal e seria beneficiado pela publicação de anúncios institucionais. *(Ac. de 21.11.2006 no AgRgAg nº 6.643, rel. Min. Caputo Bastos.)*

"[...] Ação de investigação judicial eleitoral. Candidato. Deputado federal. Secretário de comunicação. **Uso indevido dos meios de comunicação social. Abuso do poder político e econômico. Potencial lesivo. Configurado.** [...] **Inelegibilidade. 1. 'O nexo de causalidade quanto à influência das condutas no pleito eleitoral é tão somente indiciário, sendo desnecessário demonstrar, de plano, que os atos praticados foram determinantes do resultado da competição; basta ressaír, dos autos, a probabilidade de que os fatos se revestiram de desproporcionalidade de meios'** [...]. 2. As provas dos autos demonstram que houve abuso do poder político decorrente do proveito eleitoral obtido por pré-candidato a deputado federal que, na qualidade de Secretário de Comunicação municipal, beneficiou-se com a publicação de matérias a seu respeito em jornais e revistas cujas empresas de comunicação foram contratadas pela prefeitura, sem licitação, para a divulgação de propaganda institucional. 3. A maciça divulgação de matérias elogiosas a pré-candidato em diversos jornais e revistas, cada um com tiragem média de dez mil exemplares, publicados quinzenalmente, e distribuídos gratuitamente durante vários meses antes da eleição, constitui uso indevido dos meios de comunicação social, com potencial para desequilibrar a



disputa eleitoral. [...]” (Ac. de 22.9.2009 no RO nº 1.460, rel. Min. Marcelo Ribeiro.)

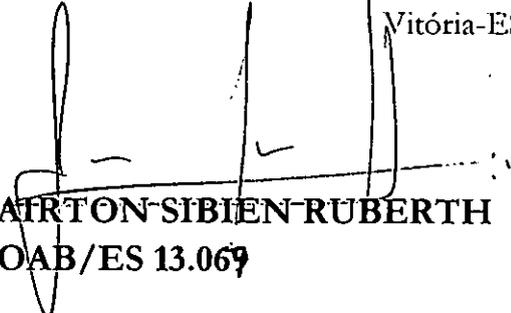
III – CONCLUSÃO:

Diante do exposto, a peticionante requer que a Comissão Eleitoral:

- a) seja imediatamente expedido ofício ao Representando para que cesse o abuso dos meios de comunicação;
- b) seja intimado para apresentar defesa, caso queira;
- c) seja ao final julgada procedente a presente representação a fim de declarar o abuso dos meios de comunicação e, por conseguinte, cassar o registro de candidatura do representado.

Nestes termos, pede deferimento.

Vitória-ES, 4 de dezembro de 2017.


AIRTON SIBIEN RUBERTH
OAB/ES 13.069

ALBERTO CÂMARA PINTO
OAB/ES 16.650

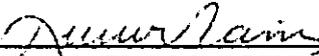
PROCURAÇÃO

OUTORGANTE: LÚCIA HELENA VILARINHO RAMOS, Brasileira, casada, CREA-ES 1723/D, portadora do documento de identidade nº 225762 SSP/ES, inscrita no CPF sob o nº 394.690.937-04, domiciliada na Avenida Adalberto Simão Nader, nº 117, apto. 901-A, bairro Mata da Praia, Vitória-ES, CEP 29.066-370, e-mail luciahvilarinho@gmail.com, celular 27 98825 1205;

OUTORGADOS: GUSTAVO CLAUDINO PESSANHA, advogado inscrito na OAB/ES sob o n. 16.448, e-mail gustpess@gmail.com, cel 27 99822 3313, **BRUNO HEMERLY SILVA**, advogado inscrito na OAB/ES sob o n. 25.593, e-mail brunohs@gmail.com, cel 99272 3116, e **AIRTON SIBIEN RUBERTH**, advogado inscrito na OAB/ES sob o n. 13.067, e-mail asruberth@gmail.com, cel 27 99787 2151, todos integrantes da Sociedade de Advogados **PESSANHA, HEMERLY & SIBIEN ADVOGADOS ASSOCIADOS**, inscrita na OAB/ES sob o n. 16.221992-1349 e no CNPJ sob o n. 25.193.415/0001-50; e, **ALBERTO CÂMARA PINTO**, advogado inscrito na OAB/ES sob o n. OAB/ES 16:658, cel 27 99909 2831, e-mail advcamara@gmail.com, todos com endereço profissional firmado na Rua Doutor Jairo de Matos Pereira, 600, salas 106-107, Ed. Praia Corporate, Praia da Costa, Vila Velha/ES, CEP 29.101-310.

PODERES: amplos e gerais atinentes à cláusula *ad judicia* descrita no artigo 105 do NCPC, inclusive junto ao CREA/ES, ao CONFEA e à MÚTUA, podendo, ainda, receber e dar quitação, transigir, renunciar, firmar compromisso e assinar declaração de hipossuficiência econômica, bem como substabelecer com ou sem reserva de poderes, postular e agir conjuntamente, separadamente ou isoladamente, tudo para o bom e fiel cumprimento do mandato.

Vitória, 04 de setembro de 2017.



LÚCIA HELENA VILARINHO RAMOS

Curtir

Comentar

Vinicius Santos Terra curtiu isso



Geraldo Ferregueti 118

Patrocinado

Geraldo Ferregueti para presidente do CREA-ES.
UNIR PARA AVANÇAR



Geraldo Ferregueti 118

Figura pública

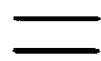
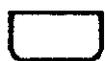
306 pessoas curtiram isso.



Georges Mitrogiannis compartilhou a
publicação de Meio Ambiente ES.



1 minuto ·



**Eugenio Agrizzi, Helder Carnielli e outras
14 pessoas curtiram Geraldo Ferreguetti
118.**

...



Geraldo Ferreguetti 118

Patrocinado •



A gente conhece a profundidade de uma
pessoas pela sua história de vida. O Geraldo
tem o conteúdo humano que todo gestor
precisa ter. Compartilhamos com vocês a
história de vida dele. Nos próximos dias vamos
postar as propostas de Geraldo para o novo
CREA-ES.

Colaboradores da campanha de Geraldo
Ferreguetti.

#tocomferreguetti #ferreguetti118 #ge...

Continuar lendo