



ESTADO DE SANTA CATARINA

PODER JUDICIÁRIO

Vistos etc.

O Ministério Público ingressou com a presente ação de improbidade em relação a Dário Elias Berger, narrando:

Extrai-se dos documentos que instruem o presente Inquérito Civil, que em 17/04/2008 foi proposta Ação Popular (fls. 5/18), com pedido liminar em desfavor do Ex-prefeito Dário Elias Berger, que, na condição de Prefeito Municipal de Florianópolis determinou a realização de processo licitatório para a contratação de empresa de publicidade e propaganda para desenvolver campanha publicitária objetivando exclusivamente sua promoçãoessoal.

Dos documentos que instruem os autos, destaca-se a publicidade referente ao Maciço do Morro da Cruz, onde carrega o seguinte slogan "Festa da Cidade Presente para Dário", além da imagem pessoal do Requerido, fls. 112, destaca-se a seguinte frase "...A maior parte do dinheiro, vem do Governo Federal, mas é Dário quem vai contabilizar os resultados", no mesmo sentido é a reportagem de fls. 113, sobre as obras da operação tapete preto, além de mencionar por inúmeras vezes o nome do Requerido, contem sua imagem pessoal, ambas veiculada no Jornal a Notícia do Dia, condicionantes caracterizadoras de favorecimento pessoal, que é expressamente vedado pela Constituição Federal,

Além disso, percebe-se que as referidas publicidades, (fls. 98/207), ocorreram no período em que o Requerido passava por uma crise de imagem perante seus eleitores, pois estava em constante aparição nos veículos de comunicação, em razão de indícios de práticas de infundáveis atos ilícitos, fatos estes, desfavoráveis a sua reeleição.

Vislumbra-se, que objetivando "melhorar sua imagem" e enaltecer sua administração perante a população, o Requerido, decidiu, as custas do erário, e em inobservância ao art. 37, § 1º, da Constituição Federal, usar sua condição de Prefeito, e as ações de governo realizadas na sua administração, para promoção pessoal e com propósito eleitoral, passando a difundir através da imprensa, o conceito de Prefeito empreendedor, que trabalhou para um crescimento saudável da Cidade, passando à população uma falsa imagem de Cidade Maravilhosa.

Prova disso, são as fantasiosas propagandas veiculadas na época, que antecedia o certame eleitoral de 2008, tanto na mídia eletrônica (DVD anexo), que, além de não retratarem a realidade, induziam a população a uma imagem de Administração Empreendedora, e de Prefeito que "mudou" Florianópolis, evidenciando a promoção pessoal



ESTADO DE SANTA CATARINA

PODER JUDICIÁRIO

eleitoreira do Requerido, por se tratar de período pré-eleitoral.

Em despacho inicial da Ação Popular (fls. 209/215), o Excelentíssimo Juiz, acolheu o pedido inicial do Autor, deferindo o pedido liminar, de sustação imediata de publicidade relacionada a obras ou serviços por ele já realizados.

Em decisão final, foi reconhecido a lesividade dos atos praticados pelo Requerido, e conseqüentemente, a condenação à devolução aos cofres públicos, de todo o valor devidamente corrigido, despendido pelo Município de Florianópolis com as publicidades, além de declarar nulos todos os atos administrativos municipais consistentes na promoção de publicidade institucional descritos na petição inicial (sentença anexo).

Considerando o exposto acima, indubitosa é a prática de ato de improbidade administrativa praticado por Dário Berger, consistente, na violação aos princípios da legalidade e da impessoalidade, violação ao art. 37 e também ao art. 11, I, da Lei 8.429/1992. (fls. 01-03)

Quer, por isso, a aplicação das penas do art. 12, inc. II ou, quando menos, do inc. III.

Notificado, o réu apresentou manifestação preliminar.

Afirmou que o Ministério Público menciona ação popular inexistente e anexa documentos ilegíveis. Aponta, inclusive, que diversos dos tais papéis representam reportagens jornalísticas cuja responsabilidade é alheia ao réu. Diz que o autor age de maneira "leviana e mentirosa" (fls. 241), praticando crime de "calúnia e difamação" (fls. 243), elaborando inicial que "beira o ridículo" (fls. 244). História os notáveis feitos do demandado perante a Prefeitura Municipal, haja vista "gestão que ficará na história".

Sob outro prisma, aponta que a inicial é inepta, anexando documentos (como já ditos) incompreensíveis, além de desordenados. Discorre, depois, a respeito da falta de caracterização de ato de improbidade, alertando que a imprensa é livre e nada, quanto ao tópico, pode ser imputado ao demandado. Aliás, quanto às peças de publicidade oficial, nem sequer existe menção ao então alcaide.

Disserta, ainda, quanto à necessidade de elemento



ESTADO DE SANTA CATARINA

PODER JUDICIÁRIO

subjetivo e de prejuízo ao patrimônio público – ambos os aspectos ausentes no caso.

Quer, por fim, o não recebimento da inicial.

A inicial foi recebida, mas se excluindo das imputações relacionadas às reportagens jornalísticas que envolvem o nome do réu, mas sendo afastadas desde logo as questões processuais trazidas na defesa preliminar.

Citado, o réu contestou.

Negou a prática de improbidade. Alerta, para tanto, que o Ministério Público baralha fatos, misturando reportagens da imprensa com peças de publicidade oficial. Aqueles primeiros aspectos, entretanto, não permitiram sequer que a ação fosse recebido, não havendo, no mais, discurso que revelasse da parte do réu conduta ímproba. Sustenta, nessa linha, as divagações de caráter pessoal em desfavor do réu, mas não consegue identificar as propagandas ditas fantasiosas, ou mesmo esmiuçar o que de irregular foi cometido. Seja como for, as peças trazidas aos autos têm todas caráter social e orientativo, sempre atendendo ao direito da comunidade à informação. Discorre alongadamente a respeito do enquadramento jurídico da conduta, sublinhando que não existe nenhum caráter pessoal, muito menos de favorecimento do agora acionado. Traz precedentes a esse respeito, notadamente quanto à falta de dolo. Quer, enfim, a improcedência.

Em réplica o autor insistiu na procedência.

Alertei que a ação popular que seria a esta conexa fora julgada extinta sem resolução do mérito. Propicieei na mesma oportunidade que as partes especificassem provas.

O autor trouxe novos documentos, dissertando que são frequentes propagandas como as realizadas na sua gestão. Exemplifica servindo-se dos anúncios pagos pelo Governo do Estado e até mesmo do Município de Florianópolis. Alerta que esses fatos são socialmente aceitos e que



ESTADO DE SANTA CATARINA

PODER JUDICIÁRIO

se repetem permanentemente.

O Ministério Público, cientificado, requereu novamente a procedência.

Os autos vieram para sentença, mas percebi que faltara a notificação do Município de Florianópolis.

Providenciada, o Poder Público requereu a cientificação de todos os autos processuais, mas preservando a neutralidade.

É o relatório.

Decido.

1. O Ministério Público se volta contra publicidade oficial que favoreceu indevidamente o réu. Anexa peças de publicidade na imprensa escrita e relata aspectos de inserções televisivas. (A decisão que permitiu o prosseguimento da ação de improbidade, insisto, derrogou as acusações relativas a reportagens publicas na imprensa.)

2. Ao cuidar da ação popular 023.08.023620-3 (que trouxe a ciência dos fatos ao autor) concedi liminar nestes termos:

1. O Município de Florianópolis é entidade extraordinariamente rica. A opulência de seu orçamento permite toda sorte de extravagância. O fausto de suas receitas ultrapassa a criatividade do administrador: falta onde aplicar tanto dinheiro!

Há agravante.

As necessidades dos munícipes já não existem. Educação, saúde, saneamento básico, moradia, transporte, enfim, essas coisas cotidianas estão superadas. Não há pobres nem se encontra a possibilidade de investir naquilo que em outros locais é



ESTADO DE SANTA CATARINA

PODER JUDICIÁRIO

prioritário. Todos estão sobranceiros; não fosse povo tão cordato, seriam tidos por presunçosos.

2. Políticos têm aversão à reeleição.

Temerosos do sentimento de culpa, expõem-se ao sacrifício da dedicação à coisa pública, pois recebem, unguídos pela estrita competência, o peso da escolha popular. Vassallos da discricção, são obrigados a renunciar a esse valor por alguns poucos anos. Mas se a eleição é um ato de desprendimento, a reeleição é um flagelo. Esse desafio há de ser reservado aos mais resignados, uma casta que derroga os sentimentos pessoais em benefício da sua coletividade.

3. Propagandas custeadas pelas entidades públicas seguem estritamente - sempre e sempre - os desígnios constitucionais. Como sabem os administradores, a Constituição é a Lei Suprema, lapidada pelo consenso mítico dos representantes de milhões de brasileiros - forma eficiente de exteriorizar a nossa congregação. Da dialética das diferenças surge o equilibrado jogo de recíproca concessões.

Imprescindível que se divulguem os atos dos mandatários populares. Será a forma democrática - sem a intervenção da imprensa, que nem sempre detém o mesmo sentimento patriótico - de lançar *campanhas* de "*caráter educativo, informativo ou de orientação social*" (art. 37, § 1º, da Constituição). É o contato do administrador e de seu provo. Um ato, em uma licença poética, de intimidade entre eles - eleito e eleitor.

Em feliz chavão, é uma *prestação de contas*. Fosse o político dotado de sentimentos mundanos, poder-se-ia dizer que seria aquele instante quase (quase!) egoísta em que o administrador, com a dignidade do dever cumprido, pode expressar aos seus pares a satisfação pela realização do bem comum.

Nós, o povo ufanado, em obsequiosa e deferente atenção, temos o pagamento pela fé que nos conduziu, normalmente há um quadriênio atrás, ao voto. Nosso representante cumpriu ainda mais do apalavrara. Não eram promessas; eram certezas a serem documentadas a seu tempo.

4. Já é suficiente.

De verdadeiro, há apenas má literatura nos itens anteriores.

As propagandas *institucionais* são, como regra quase absoluta, uma forma de usar o dinheiro público para a autopromoção. Políticos só vêem algo mais importante do que a eleição: a reeleição.

A Constituição Federal, em seu art. 37, § 1º, tem um princípio que, analisado isoladamente, é incensurável. Veiculação de atos oficiais deve ser



ESTADO DE SANTA CATARINA

PODER JUDICIÁRIO

simétrica ao altruísmo. Só que a mesma regra, ao vedar a associação a *"nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos"*, é capaz de induzir um resultado oposto. Pode parecer que, não havendo aquele ostensivo atrelamento à figura do administrador, estaria afastada a ilicitude. Daí por que se vulgariza, em todas as esferas de Poder, a enunciação aberrante de feitos da Administração. Não é dito o nome do governante. Não se faz referência a Partido. Não se revela propósito eleitoral. Agora, sem nenhum medo de ser desmentido, indago: quando uma Prefeitura, o Governo Estadual ou o Federal paga para divulgar seus feitos, alguém pode sustentar que haja *"caráter educativo, informativo ou de orientação social"*? Alguém terá a ousadia de afirmar que se está diante de um espírito tão magnânimo que se despe, não sem sacrifício, da humildade para, em homenagem a objetivos mais nobres, levar à população a "verdade"?

Se o Administrador realiza obras ou implementa bons programas sociais, está realizando seu dever. Prestará contas, pelos caminhos próprios, ao Legislativo (e, por extensão, ao Tribunal de Contas). Estará sujeito ao controle pelo Ministério Público; fornecerá a qualquer um os documentos que lhe forem reclamados. Suas obras e serviços serão, por definição, públicos e poderão ser observados por todos.

Alardear pela mídia, mercê de pagamento, aquilo que realizou é mecanismo totalitário. Procura-se incutir na povo, pela reiteração de imagens e sons, uma mensagem subliminar: "vote em mim novamente".

Quando a Prefeitura, disputando espaço com empresas privadas, difunde seus atos, mesmo que não faça menção expressa alguma ao Prefeito, qual a imagem que virá imediatamente? A do operário que colaborou na abertura da nova estrada? A da mãe que levará o filho à recentemente inaugurada escola? Do doente que será atendido e curado no Posto de Saúde? Seria necessária a criatividade de um ficcionista de talento (qualidade, assim como todas as demais, que não tenho) para negar que essa publicidade tem um só personagem: o Chefe do Poder Executivo.

5. Firmadas as premissas, ao caso concreto.

Cuida-se de ação popular que imputa ao Prefeito Municipal de Florianópolis a divulgação de atos de sua Administração, mas com propósitos personalistas.

Clama-se, mediante liminar, a sustação de tais divulgações e a indisponibilidade de seus bens, de sorte a garantir futuro ressarcimento.

A postulação, é evidente, reclama análise baseada em verossimilhança. Medidas outorgadas no nascimento do processo não podem revelar certeza, mas somente um juízo de probabilidade.

De toda sorte, a plausibilidade existe.



ESTADO DE SANTA CATARINA

PODER JUDICIÁRIO

Assisti ao DVD anexado ao processo. Há peças publicitárias especialmente comedidas. Divulgam-se, por exemplo, o carnaval e festejos de final de ano. Mas há outras que são, para usar de eufemismo, intrigantes.

Em uma desses comerciais, divulgam-se os feitos na educação. As imagens não retratam a Ilha de Santa Catarina, mas praticamente uma *Ilha da Fantasia* - para aqueles que lembram do seriado de gosto *kitsch*. A câmara vai capturando a alegria; as salas de aula são impolutas; os professores têm as medidas certas de austeridade e candura; os alunos espelham tanto a concentração no aprendizado quanto a meiguice; ao fundo, números e mais números, demonstrando que a divulgação é *técnica*. O taciturno se mescla com a alegria.

Noutro esquete, surge uma imagem do espaço; a descida é velocíssima. Eis a Ilha de Santa Catarina. Há *closes* das várias pontas do acidente geográfico. O mote: a Prefeitura está trabalhando em todas as regiões. Os fatos: obras na Joaquina e nos Ingleses. Lá, os surfistas encontraram seu paraíso; não pela natureza, mas pela contemporânea intervenção da municipalidade. Incrível como tanto esforço de engenharia civil possa ter preservado os encantos naturais! Nos Ingleses, o trânsito, mesmo em dias de verão (como indicam as imagens), se assemelha à tranquilidade de uma pequena cidade durante a madrugada, apenas com a diferença que há carros ininterruptamente indo e vindo. As ciclovias são destaque; tem-se a impressão que a China inteira poderia transitar por ali que todos manteriam o sincronismo entre pedais e sorrisos. O asfalto é de um negrume que jamais existirá na natureza.

O número de inserções dessas peças, segundo os indicativos trazidos pelo acionante, mostra - aí sem perspectiva de subjetivismo - um feito a ser efetivamente divulgado.

Pode-se intuir, ao menos para fins desta fase de *cognição sumária*, que houve o propósito de alardear a atual Administração como *realizadora*. Buscou-se, ao que parece, difundir o conceito do Prefeito como alguém empreendedor, que igualmente espalhou o saudável progresso pela *cidade inteira* (eis um *slogan* muito nítido). Há indícios de intuito eleitoral agravado pelo fato de no ano em curso estarem previstas eleições domésticas.

Defensável a ocorrência do *desvio de finalidade* previsto no art. 2º da Lei da Ação Popular.

Há urgência em coarctar a política (o "p" minúsculo é proposital). Além disso, a reiteração dessa prática, além de lesar o patrimônio público, permite a reprodução ilícita de propaganda.



ESTADO DE SANTA CATARINA

PODER JUDICIÁRIO

3. Eugênio Bucci trata desse tema – propaganda oficial.

Entre tantas passagens preciosas – e divertidas – da obra destaque esta:

A cada ano, no Brasil, o dinheiro público financia planos bilionários para tomar de assalto e adestrar a vontade dos cidadãos. O ritmo das investidas vai se acelerando, progressivamente. A intensidade aumenta. Às vezes, são ataques rápidos e focados, como numa guerrilha. Em outras temporadas, ocorrem mobilizações grandiosas, que sincronizam artilharias de terra, mar e ar, em avanços maciços, capazes de ocupar diversos espaços simultaneamente. Táticas múltiplas se combinam para produzir uma resultante de amplo espectro, ubíqua, que desconhece diferenças de gênero, classe social, idade, religião, e acaba alvejando os brasileiros onde quer eles estejam, na Serra Gaúcha ou na floresta de Rondônia. A propaganda de governo sabe agir rápido, como um relâmpago, assim como sabe manter um bombardeio por semanas a fio. Dispara em todas as direções, com todo tipo de tecnologia, e não gosta que ninguém lhe escape.

O fogo, porém, é dissimulado. Ou melhor, é um fogo cerrado que não gosta de ser visto como tal. Bem brasileiro. Prefere posar de serviço informativo e, se não for pedir demais, prefere ser visto como um festejo, como fogos de artifício. Não contente em dizer que é alegre e ao mesmo tempo útil, gosta de ser o objeto do desejo dos olhares da nação. Suas mensagens multicoloridas, aparentemente inofensivas, esmeram-se em ser chamativas, tanto que, em matéria de estridência, competem com as mais barulhentas propagandas de supermercados, de automóveis ou de peças de lingerie. Não obstante a parafernália de luzes e efeitos visuais, pretendem ser vistas como edificantes e bem-comportadas. Não querem se passar por fúteis ou supérfluas. Usam sua pirotecnia faraônica para assumir um tom de exaltação, benfazejo, cujo propósito oficial seria celebrar a nacionalidade e com ela se confundir.

Nesse ponto, podemos comparar a historicidade das peças da publicidade de governo à persona balouçante de Carmem Miranda, piscando os olhinhos, requebrando os quadris, marota e espevitada. O bamboleio da comunicação oficial – tendo na vanguarda a publicidade de governo – exala assim uma impostação patriótica, nacionalista, cívica, que não se vexa em folclorizar o que seriam os bons instintos da gente brasileira. Por trás dos balangandãs, porém o que temos aí é uma potência bélica que não desperdiça munição. Ela atira para fazer adeptos. E os faz.

Seu corpo malemolente, coma adereços auriverdes, dá botes certeiros. Tem um estilo inconfundível de atacar, numa sequência de dois movimentos bem encadeados. Primeiro, procura seduzir os corações com o auxílio de técnicas de identificação



ESTADO DE SANTA CATARINA

PODER JUDICIÁRIO

emocional. Depois, trata de convencer as mentes, por meio de um proselitismo piegas, deliberadamente piegas, repetindo que os governantes têm a alma acolhedora e o cérebro competente: são estadistas geniais.

Em suma, a engrenagem de promoção de autoridades é mais ou menos como um tanque de guerra fantasiado de carro alegórico esfuziante, em apoteose carnavalesca ininterrupta. Ela não vê os brasileiros como foliões livres, mas como presas. Em sua alça de mira, os brasileiros são alvos de guerra. Isso mesmo: de guerra. No Brasil do presente, todos os governos, sem uma única exceção, em todos os níveis – federal, estadual ou municipal – acreditam que vivem numa guerra.

No imaginário dos gabinetes de todas as instâncias do Poder Executivo – todas mesmo é bom saber – governar, governar é travar o combate das palavras e imagens. O inimigo de costume é a imprensa, naturalmente. Se os jornais realçam os defeitos do poder público, a comunicação oficial vem para dar cobertura às pretensas virtudes do mesmo poder. Ao se imaginarem bombardeados durante 24 horas do dia pelas manchetes dos jornais, os governantes e seus assessores julgam agir em legítima defesa e, com base nesse sofisma, encontram a legitimidade imaginária para lançar mão de recursos públicos para defender o ponto de vista de um partido ou de uma coalizão partidária. À custa do erário, vale repetir. Travam sua guerra desigual, em que o campo de batalha e o território em disputa são um só: a consciência de cada habitante do país.

A vitória da campanha militar empreendida no imaginário nacional não vem de uma vez. A derrota, logicamente, também não. Uma e outra se apresentam aos pedaços, como se fossem os capítulos de uma novela interminável. Primeiro, a derrota ou a vitória se manifestam nas quedas ou nas elevações da popularidade do governo nas pesquisas de opinião. De modo mais duradouro, a vitória ou a derrota se consolidam nas urnas, mas mesmo aí, são sempre temporárias, transitórias, revogáveis. A guerra não tem fim – tem apenas vitórias perecíveis. (O Estado de Narciso: A comunicação pública a serviço da vaidade particular, Companhia das Letras, 2015, p. 19-21)

É o que penso sobre o tema e, estimo, reflita justamente as exigências constitucionais, que são sempre e sempre desatendidas.

4. De regra, só a jurisprudência acredita nos bons propósitos da propaganda oficial. (Nem sempre, é verdade, será visto à frente.)

Todos os demais sabem que ela tem objetivos perversos. Atendem ao esgoísmo dos governantes, que se veem enaltecidos. Prestam-se a manter um culto à personalidade, obtendo-se na sequência



ESTADO DE SANTA CATARINA

PODER JUDICIÁRIO

dividendos eleitoreiros. Agrada-se a empresas jornalísticas e agências de publicidade, fortalecendo suas finanças.

Esse é um grande mal.

Todos fazem o mesmo.

Pois todos deveriam ser punidos com a mesma severidade que ocorrerá aqui.

Propagandas como as vistas nestes autos são, para além de mentirosas, o descarado uso de dinheiro público para fins apenas particulares. A impessoalidade é agredida da maneira mais contundente. É uma revelação de insensibilidade absoluta com os reais desígnios da Administração Pública.

Coerentemente, repito o que, vencido, decidi no Tribunal Regional Eleitoral:

PROPAGANDA ELEITORAL DITA "PUBLICIDADE INSTITUCIONAL" - ILICITUDE - NECESSIDADE DE POSTURA JUDICIAL QUE EXIJA O CUMPRIMENTO DA CONSTITUIÇÃO E O RESPEITO À ÉTICA - DIVULGAÇÃO DE UM SERVIÇO DE SAÚDE QUE SE EQUIPARA À PERFEIÇÃO - FALSIDADE MANIFESTA - PROPÓSITO ELEITOREIRO - COMPROMISSO JUDICIAL COM A REALIDADE - SENSIBILIDADE HUMANA - DESAPEGO AO DOGMATISMO E À RETÓRICA ACADÊMICA QUE DESACREDITAM A LEI MAIOR.

Na televisão, com ares de um fato retumbante, surgem repórteres postando sorrisos de comerciais de pasta de dente. Trazem a boa nova. Um hospital é reinaugurado. Pessoas entram e saem dali como se fosse o portal de um Shopping Center. Os corredores são mostrados. Só atores representando ser médicos. Uma ambulância está de prontidão. Mãezinha é submetida a ultrassom por um ator que revela a emoção de um bondoso profissional da saúde familiar. Populares são entrevistados e dão o veredicto: equipamentos de primeiro mundo. Chegamos à perfeição. Não ficar doente é um infortúnio. Não haverá a possibilidade de passar por aquele centro de alegria.

A realidade que todos (todos!) sabem é esta: pacientes jogados em macas (se houver), gente sofrendo, esperando por cirurgias. Dor no corpo e dor na alma. Pадecimento extremo. Desespero. Humilhação. Rezas. Busca por um jeitinho para



ESTADO DE SANTA CATARINA

PODER JUDICIÁRIO

conseguir um leito ou o acesso a um médico.

Propagandas mentirosas, ostensivamente falsas como essas, não são educativas, de orientação social ou informativas, repetindo os termos quase ingênuos da Constituição. O propósito é único. Quer-se difundir, mesmo que subliminarmente, a mensagem de um governo realizador, prestativo, eficiente. Desejam-se vantagens eleitorais. A propaganda desorienta, desinforma e deseduca.

Sem eufemismos: "publicidade institucional" é mecanismo de promoção dos governantes; é propaganda. É o aproveitamento do dinheiro público visando à reeleição ou à eleição de correligionários.

Juiz não julga por apelos da maioria, não é justiceiro. Isso não representa que se ignorem os valores sociais, os clamores relevantes da população. A Constituição reclama ética na condução da coisa pública. Propaganda não pode ser nunca mais importante do que tratamento médico real (não envolvendo atores). Divulgar fatos tidos como notáveis de um Governo (e pior ainda quando isso é agressivamente inautêntico) é ilícito eleitoral e é ilícito administrativo, tanto mais quando se cuida de prática recorrente e que é de evidente conhecimento e incentivo dos notórios candidatos (o Governador e o Vice-Governador).

Não há necessidade de pedido de votos ou de menção a candidaturas. Propaganda também se faz quando se deseja associar um Governo a virtudes, o que será colocado em xeque nas eleições.

Voto pela procedência, multando Governador e Vice-Governador. (AgRg 3.157, Acórdão 29.365 de 14/07/2014)

5. O TJSC, em hipótese envolvendo ex-Prefeita desta mesma capital, ementou:

AÇÃO CIVIL PÚBLICA. IMPROBIDADE ADMINISTRATIVA. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL. INTELIGÊNCIA DO ART. 37, § 1º, DA CARTA MAGNA. CAMPANHA PUBLICITÁRIA SOB O PRETEXTO DE COMEMORAR O ANIVERSÁRIO DA CIDADE. DIVULGAÇÃO DE FILMES, ANÚNCIOS, JINGLES, OUTDOORS E DISTRIBUIÇÃO DE LIVRETOS COM ENCARTE DESTACANDO MAIS DE 800 OBRAS REALIZADAS POR AQUELE GOVERNO. PREFEITA CANDIDATA À REELEIÇÃO NO MESMO ANO. ESTRATÉGIA DE MARKETING DA CAMPANHA ELEITORAL FOCADA EXATAMENTE NA SUA CAPACIDADE DE GOVERNAR E DE TER FEITO MAIS DE 800 OBRAS DURANTE A GESTÃO. ELO INDISFARÇÁVEL ENTRE AS DUAS FORMAS DE PUBLICIDADE, O QUE EVIDENCIA, MESMO EM CARÁTER SUBLIMINAR, A INTENÇÃO DE PROMOÇÃO



ESTADO DE SANTA CATARINA

PODER JUDICIÁRIO

PESSOAL, COM VERBAS PÚBLICAS. CONFIGURAÇÃO DA CONDUTA DESCRITA NO ART. 10, XI, DA LEI N. 8.429/92. RESSARCIMENTO INTEGRAL DO DANO (ART. 12, II, DA LIA).

"Perde o caráter informativo e educativo, prestigiados pelo art. 37, § 1º da CRFB/88, a propaganda institucional, que vincula a matéria divulgada ao governante e seu partido político, configurando lesão ao erário, passível de ressarcimento" (Apelação Cível n. 2005.009670-7, de Blumenau, rel. Des. Sônia Maria Schmitz, Terceira Câmara de Direito Público, j. 3-6-2009). (ACível 2007.035400-7, da Capital, rel. Des. Substituto Paulo Henrique Moritz Martins da Silva)

A Chefe do Poder Executivo foi punida com o dever de ressarcimento do prejuízo, mas o STJ foi além, vendo plena improbidade – como também vejo (REsp 1.611.275-SC, rel. Min. Mauro Campbell Marques). Restabeleceu-se o voto parcialmente vencido do Des. Newton Trisotto, impondo todas as penalidades de estilo. (A decisão do STJ ainda pende de análise de agravo interno e, ao menos neste momento, está com os efeitos suspensos por decisão do relator.)

Lá, no caso da ex-Prefeita, e aqui, do também ex-Prefeito, ambos eram candidatos à **reeleição**.

6. Não há como dizer que não haja contribuição subjetiva (a título de dolo ou culpa). É mais do que evidente que o réu sabia das propagandas e as quis.

Não se tratava de um ato da rotina administrativa, algo que fuja, como seria de esperar se fosse o caso, da alçada do Prefeito Municipal. Uma campanha publicitária de destaque televisivo, feita em ano de reeleição é assunto para o qual é **impossível** defender insciência.

Muito menos se pode dizer que faltou malícia. Os políticos são movidos pelo desejo ardente de eleições e reeleições. Não há conduta desinteressada. Ninguém manda gastar uma fortuna em publicidade, enaltecendo-se, sem querer ter proveito próprio.



ESTADO DE SANTA CATARINA

PODER JUDICIÁRIO

7. Justamente por isso, o réu está sujeito às penas dos arts. 10 e 12, inc. II, da Lei de Improbidade, que prevê *"ressarcimento integral do dano, perda dos bens ou valores acrescidos ilicitamente ao patrimônio, se concorrer esta circunstância, perda da função pública, suspensão dos direitos políticos de cinco a oito anos, pagamento de multa civil de até duas vezes o valor do dano e proibição de contratar com o Poder Público ou receber benefícios ou incentivos fiscais ou creditícios, direta ou indiretamente, ainda que por intermédio de pessoa jurídica da qual seja sócio majoritário, pelo prazo de cinco anos ;*

No caso, o dano ao erário foi evidente na medida em que toda a publicidade alusiva à pessoa do réu (ainda que de forma indireta), foi custeada pelos cofres públicos. A aplicação da pena de ressarcimento integral desses valores ao erário é inerente à conduta que lesa o erário.

A perda da função pública, da mesma forma, é penalidade inarredável, pois todo aquele que, fazendo uso de verbas públicas, se vale do poder inerente ao cargo ocupado para obter qualquer tipo de vantagem, ainda que indireta, pratica ato tão grave que se mostra incapaz de continuar servindo a sociedade através da vida pública.

Antes, porém, faço uma ponderação.

Fora isso, além de suspender seus direitos políticos por 5 anos, aplico, outrossim, multa civil no valor equivalente a duas vezes o dano proporcionado ao erário.

Estendo a punição, ainda, À proibição de contratar com o Poder Público ou receber benefícios ou incentivos fiscais ou creditícios pelo mesmo prazo.

Assim, julgo procedente o pedido em relação ao demandado Dário Elias Berger, declarando a prática do ato de improbidade prevista no *caput* do art. 10 da Lei 8.429/92 e condenando-lhe a ressarcir o erário,



ESTADO DE SANTA CATARINA

PODER JUDICIÁRIO

aplicando-lhe, também, a penalidade de perda da função pública, suspensão dos direitos políticos por 5 anos, proibição de contratar com o Poder Público ou receber benefícios ou incentivos fiscais ou creditícios pelo mesmo prazo e multa civil de duas vezes o valor do dano.

O montante relativo ao ressarcimento ao erário será apurado em liquidação, corrigido pelo índice INPC até a citação e, após, pela SELIC; a multa civil será reajustada pecuniariamente desde os fatos pelo INPC, somando-se apenas juros de mora (pela SELIC) a contar da publicação em cartório desta sentença (TJSC, ED na AC 2012.035539-7/0001.00, de Araranguá, rel. Des. Newton Trisotto).

Custas pelo réu.

Não há condenação em honorários.

Publique-se.

Registre-se.

Intimem-se.

Florianópolis, 11 de novembro de 2016.

Hélio do Valle Pereira
Juiz de Direito