



Poder Judiciário  
**JUSTIÇA FEDERAL**  
Seção Judiciária do Estado de Goiás  
**3ª VARA FEDERAL CÍVEL**

Processo : 19288-51.2014.4.01.3500  
Classe : 7100 – AÇÃO CIVIL PÚBLICA  
Autor : MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL  
Réu : UNIÃO

### DECISÃO

Trata-se de Ação Civil Pública proposta pelo **MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL** em face da **UNIÃO**, objetivando a antecipação dos efeitos da tutela a fim de que seja determinada a suspensão, em todos os meios de comunicação, da campanha publicitária “Todos ganham (Hexa)”, pertinente à “Copa das Copas”, promovida pelo Governo Federal. Requer, ainda, que a União seja proibida de promover outras campanhas publicitárias da Copa, cujo conteúdo extrapole os caracteres educativo, informativo ou de orientação social.

Aduziu, em síntese, o seguinte: a) as campanhas publicitárias estatais devem pautar-se pelos princípios da publicidade, legalidade, impessoalidade, moralidade e eficiência, devendo todo cidadão ter assegurado o direito fundamental à verdade; b) a Copa do Mundo de futebol é campo perfeito para a manipulação da população, por meio de propagandas promovidas por agentes econômicos e políticos, estes últimos com o fito de difundir e fixar suas imagens, ideologias, realizações etc; c) quanto menos desenvolvida e democrática, mais a sociedade é suscetível de se deixar manipular; d) todos os estádios que receberão jogos da Copa consumiram recursos públicos, seja na modalidade de investimento direto, seja na forma de isenções fiscais, seja na forma de financiamento com juros subsidiados, via BNDES e outros bancos estatais; e) a homologação do Brasil para sediar a Copa do Mundo ocorreu em 2007, de forma que o governo teve muito tempo para executar planos de investimentos que corrigissem as mazelas da infraestrutura e dos serviços públicos, especialmente nas cidades-sede; f) agora, na iminência da realização do evento, vários empreendimentos projetados para o transporte público e para o trânsito foram cancelados ou substituídos por outros de menor impacto, visando mitigar os efeitos da desorganização e da falta de planejamento, mas mesmo assim não serão concluídos a tempo; g) nesse contexto, é espantosa a campanha publicitária objeto desta demanda, por meio da qual o governo federal transmite, subliminarmente, mensagem de que tudo que diz respeito à Copa ter-se-ia transcorrido perfeitamente; h) segundo consta da Matriz de Responsabilidades – documento do Ministério do Esporte que elenca todas as obras de infraestrutura para a Copa -, o governo federal se comprometeu a realizar diversas ações em doze aeroportos brasileiros, entretanto, grande parte das obras não estará concluída até 12 de junho de 2014, ao contrário do



que afirma a propaganda oficial; i) das cinquenta intervenções de mobilidade urbana previstas nas cidades-sede, apenas 10% (dez por cento) estão concluídas, tendo ficado restritas às imediações dos estádios; j) o estádio arena Corinthians, que receberá o jogo de abertura da Copa, não estará totalmente pronto até o dia 12 de junho, sendo que dos doze estádios a serem utilizados na Copa, quatro (de Brasília, Cuiabá, Manaus e Natal) estão condenados a se tornarem “elefantes brancos”; k) apesar de menos da metade das obras da Copa previstas na Matriz de Responsabilidades ter-se concluído, o custo do evento no Brasil será maior do que a soma do total investido nas últimas três edições do evento, conforme estudo da Consultoria Legislativa do Senado Federal; l) a Copa deixará prejuízos inestimáveis ao Brasil, uma vez que houve grande desperdício de recursos públicos em obras que não ficarão prontas a tempo do Mundial; m) a campanha publicitária “Todos ganham (Hexa)”, que promove a marca “Copa das Copas”, é transmitida em dois vídeos que têm o intuito de transmitir a mensagem de que a realização da Copa trará inúmeros benefícios à população; n) o conteúdo dessa campanha publicitária não condiz com a verdade, atingindo o inconsciente coletivo, de forma subliminar, com mensagens de que, de 2007 até hoje, o governo federal cumpriu tudo o que prometera em relação à realização do evento; o) essas mensagens subliminares visam engendrar no inconsciente coletivo sentimento favorável à Copa no Brasil e, acima de tudo, vincular tal sentimento exclusivamente ao governo federal e a sua marca “Copa das Copas”; p) a campanha publicitária em foco concorre para incutir na sociedade dissonâncias cognitivas, sugestibilidades aumentadas e reflexos condicionados, ao difundir uma visão surrealista de que a Copa, por obra e graça do governo federal, é a solução para todos os problemas que afligem os brasileiros.

A inicial veio instruída com os documentos de fls. 28/131.

Intimada a se manifestar previamente, nos termos do art. 2º da Lei nº 8.437/92, a União asseverou : a) preliminarmente, inépcia da inicial, por veicular pedido em abstrato e sem fundamentação jurídica; b) na remota hipótese de procedência do pedido, deverá ser observada a previsão do art. 16 da Lei n. 7.347/85, devendo a decisão ficar restrita aos limites da competência territorial do órgão prolator; c) não estão presentes os requisitos para a concessão da tutela antecipada; d) a alegação de manipulação política da Copa do Mundo não condiz com o atual momento político do país, que é um Estado Democrático de Direito e, tampouco tem qualquer relação com os objetivos que nortearam a campanha publicitária em comento; e) o fato de não ter havido o cumprimento de 100% (cem por cento) das metas planejadas não significa que a campanha publicitária veicula dados inverídicos, não se podendo dizer, como quer fazer crer o MPF, que nada foi realizado; f) a Administração está agindo em conformidade com os preceitos constitucionais, e a campanha publicitária vem dar cumprimento ao Princípio da Publicidade, pois tem cunho informativo e de orientação, além de dar conhecimento à sociedade das obras e benefícios diretos e indiretos decorrentes da Copa; g) o suposto acolhimento da pretensão do MPF acarretará prejuízos irreparáveis à orientação da população acerca da Copa do Mundo, além de



fulminar o dever de publicidade a que está adstrita a Administração Pública.

**Decido.**

Analiso inicialmente a preliminar ventilada pela União de inépcia da petição inicial, por suposta formulação de pedido em abstrato e sem fundamentação jurídica.

Referida preliminar não merece acolhida. Com efeito, os pedidos foram certos e determinados, pleiteando o Ministério Público Federal a obtenção de ordem judicial para suspender, em todos os veículos de comunicação, a campanha publicitária “Todos ganham (Hexa)”, pertinente à “Copa das Copas”, bem como proibir a divulgação de outras campanhas publicitárias da Copa com conteúdo que extrapole os caracteres educativo, informativo ou de orientação social.

Verifico, portanto, que os pedidos formulados não são genéricos e indeterminados, tanto que a União compreendeu o que se pretendia com a propositura da ação e contestou-a com substanciosos argumentos. Assim, **rejeito** a preliminar, passando ao exame do pedido de antecipação dos efeitos da tutela.

O art. 273 do CPC, com redação dada pela Lei nº 8.952, de 13.12.94, prevê a possibilidade de antecipação dos efeitos da tutela, estabelecendo como requisitos para tal antecipação a probabilidade (elemento resultante da conjugação das expressões prova inequívoca e verossimilhança), a ser aferida mediante cognição sumária, de viabilidade da versão dos fatos e da tese jurídica defendida pela parte autora, conjugada com a presença de dano irreparável ou de difícil reparação ou com a presença de nítido propósito protelatório.

A divulgação das realizações e obras da administração pública tem o importante papel de informar a coletividade acerca das atividades que são desenvolvidas em prol do interesse público, bem como de permitir aos órgãos competentes e aos cidadãos que exerçam a fiscalização da atuação administrativa. Nesse sentido é a lição de Celso Bastos:

“[...] é pela via da publicização que a Administração se torna mais transparente e, simultaneamente, mais exposta ao controle dos seus atos pelo Administrado.” (“In’ Publicidade dos atos estatais, princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade e publicidade. Revista dos Tribunais: cadernos de direito constitucional e ciência política, São Paulo, n. 10, jan./mar. 1995, p. 97).”

Conforme art. 37, § 1º, da CF, "A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social,



dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos".

As campanhas publicitárias objeto da presente demanda possuem o seguinte teor:

“Os brasileiros conquistaram o direito de sediar a Copa, que só com turismo e serviços, movimenta R\$ 142 bilhões de reais. Os investimentos em infraestrutura trazem melhorias que ficam para sempre, sem falar nas oportunidades que se abriram para os empreendedores. Tudo isso gera mais emprego, renda e qualificação profissional. Vamos Torcer pelo hexa dentro de campo, porque fora do gramado já estamos todos ganhando. Essa é a Copa das Copas.”

“Com o esforço e o talento do brasileiro, conquistamos o direito de sediar a Copa de 2014. É campeão! Só com turismo e serviços, a realização da Copa movimenta R\$ 142 bilhões na economia. Bicampeão! Os investimentos na modernização de aeroportos, construção de novos hotéis e melhoria do sistema de transporte urbano já trazem benefícios que ficam para sempre nas cidades. Tricampeão! Sem falar das oportunidades que se abriram para os empreendedores e pequenas empresas. Tetra! Tudo isso gera milhares de novos empregos, qualificação profissional e mais renda para os brasileiros. Penta! Agora vamos torcer para sermos hexa dentro de campo, porque fora do gramado os 200 milhões de brasileiros já estão ganhando. Essa é a nossa Copa. Essa é a Copa das Copas.”

Em análise perfunctória, não visualizo no conteúdo de tais campanhas publicitárias tentativa do governo federal de manipular a população ou, no dizer do Ministério Público Federal, de incutir no seio social mensagem subliminar de que tudo transcorreu perfeitamente em relação às obras previstas para a Copa do Mundo.

Sediar um evento da magnitude da Copa do Mundo certamente movimenta cifras bilionárias em turismo, serviços, investimentos em infraestrutura e geração de impostos. Os documentos que instruem a inicial comprovam que foram investidos recursos na modernização de aeroportos, construção de estádios e melhorias em obras de mobilidade urbana, que evidentemente abriram inúmeras oportunidades para empreendedores e geraram milhares de empregos. A princípio não há, portanto, veiculação de informações inverídicas, mesmo porque a publicidade não informa que todas as obras já foram concluídas.

Por outro lado, não há prova inequívoca de que a Copa deixará prejuízos inestimáveis ao Brasil, por suposto desperdício de recursos públicos em obras que não ficarão prontas a tempo do Mundial. O fato de todas as obras não ficarem prontas a tempo da Copa não

implica necessariamente no desperdício de verba pública. Ademais, o desperdício de recursos públicos, caso futuramente comprovado, deverá ser objeto de ações próprias visando o ressarcimento ao erário.

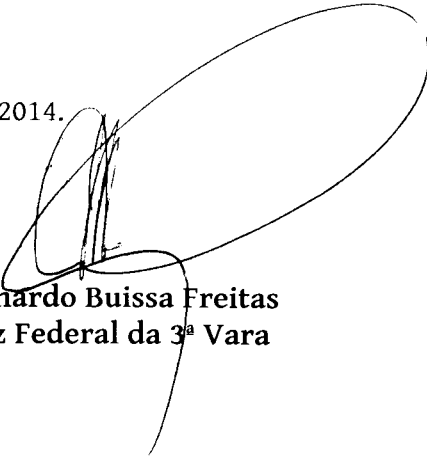
Quanto ao argumento do MPF de que a “campanha publicitária em foco concorre para incutir na sociedade dissonâncias cognitivas, sugestibilidades aumentadas e reflexos condicionados”, vejo que não cabe ao magistrado imiscuir-se em questões subjetivas acerca de tal alcance da propaganda e, a partir daí, sopesar se a publicidade atingiu a população, de forma subliminar, ao ponto de engendrar no inconsciente coletivo sentimento favorável à Copa do Mundo.

Assim, ao menos neste momento processual, não vejo tentativa deliberada do governo federal de levar à população, por meio da campanha publicitária em debate, a idéia de que a Copa é a solução para todos os problemas que afligem os brasileiros. Ao contrário, verifico que a propaganda, a princípio, se ateve ao propósito informador de que se deve revestir (CF/88, art. 37, § 1º).

Do exposto, **indefiro** a antecipação dos efeitos da tutela.

Intimem-se. Cite-se.

Goiânia, 05 de junho de 2014.



**Leonardo Buissa Freitas**  
Juiz Federal da 3ª Vara