

MEDIDA CAUTELAR NA SUSPENSÃO DE TUTELA ANTECIPADA 834 GOIÁS

REGISTRADO : **MINISTRO PRESIDENTE**
REQTE.(S) : **UNIÃO**
PROC.(A/S)(ES) : **ADVOGADO-GERAL DA UNIÃO**
RECDO.(A/S) : **TRIBUNAL REGIONAL FEDERAL DA 1ª REGIÃO**
ADV.(A/S) : **SEM REPRESENTAÇÃO NOS AUTOS**
INTDO.(A/S) : **MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL**
PROC.(A/S)(ES) : **PROCURADOR-GERAL DA REPÚBLICA**

Trata-se de pedido formulado pela União de suspensão de tutela antecipada deferida nos autos do Agravo de Instrumento 0015177-77.2016.4.01.0000/GO, em trâmite no Tribunal Regional Federal da 1ª Região.

A requerente narra que, na origem, o Ministério Público Federal ajuizou ação civil pública com o objetivo de suspender a campanha publicitária promovida pelo Governo Federal “#SomosTodosBrasil” sobre os jogos olímpicos de 2016.

A antecipação de tutela foi indeferida pelo Juízo da 2ª Vara Federal da Seção Judiciária do Estado de Goiás. Contra essa decisão o MPF apresentou agravo de instrumento, que foi provido pelo TRF da 1ª Região, sob o fundamento de que a citada campanha teria incorrido em desvio de finalidade,

“na medida em que, subliminarmente, estar-se-ia a divulgar ações governamentais imbuídas de nítido caráter de marketing político-partidário, de forma a incutir na população a ideia de que os referidos ‘Jogos Rio 2016’, serviriam de solução, ou até mesmo, ocultação para os graves e nefastos problemas de ordem moral, social, política, econômica e administrativa enfrentados atualmente pelo nosso país, na esferas econômica, administrativa, social, política e moral, extrapolando, assim, a função primordial de toda ação publicitária do governo, que deve se revestir, apenas, de conteúdo educativo, informativo ou de orientação social (CF, art. 37, § 1º), sem descuidar-se do comando constante do caput da referida norma

STA 834 MC / GO

constitucional, notadamente no que pertine à observância dos princípios da moralidade, da impessoalidade e da razoabilidade, a que está atrelada toda e qualquer atuação do administrador público, o que, numa primeira análise, não se verifica na hipótese em discussão”.

Nesse sentido, deferiu-se a antecipação de tutela para

“determinar a suspensão da campanha publicitária ‘Somos Todos Brasil’, pertinente aos ‘Jogos Rio 2016’, implementada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, em todos os meios de comunicação e em todo o território nacional, abstando-se, ainda, a promovida de promover outras campanhas de propaganda dos aludidos Jogos, cujo conteúdo extrapole os caracteres educativo, informativo ou de orientação social.

Oficie-se, com urgência ao Sr. Secretário de Comunicação Social da Presidência da República, para fins de ciência e imediato cumprimento desta decisão, sob pena de multa pecuniária, no valor de R\$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais), por dia de eventual descumprimento, nos termos do art. 537, parágrafos, § 1º, incisos I e II, e 2º, do novo CPC vigente, sem prejuízo das sanções previstas no parágrafo 3º do art. 536 do referido diploma processual civil”.

É contra essa determinação que se insurge a Advocacia-Geral da União, ressaltando o fundamento constitucional da controvérsia em debate, notadamente o art. 37, § 1º, da Carta Política.

Alega, para tanto, que a decisão combatida violou a ordem pública, no seu espectro da ordem administrativa, ao impedir o poder-dever da Administração de dar a devida publicidade a seus atos e ações de interesse da sociedade, tendo o TRF da 1ª Região feito uma avaliação puramente subjetiva da campanha publicitária dos jogos olímpicos.

Sustenta, nesse sentido, que a publicidade dos atos, programas e ações do Governo materializa o direito fundamental à informação, não se podendo

STA 834 MC / GO

“alimentar qualquer preconceito na interpretação do princípio da publicidade, a ponto de classificar como ‘subliminar’ qualquer arte e técnica publicitária adotada em uma campanha, como constou na fundamentação desenvolvida pelo MPF na ação civil pública e acatada pelo TRF da 1ª Região na decisão que ora se busca suspender”.

Argumenta, além disso, que a campanha publicitária “#SomosTodosBrasil” não contraria o princípio da impessoalidade, pois não contém nome, símbolo ou imagem que caracterize promoção pessoal de autoridade, nem mesmo de forma “subliminar”.

Afirma, em acréscimo, que a técnica publicitária utilizada na campanha e o conceito de “SomosTodosBrasil”, que representa um valor para promoção do País, não transmuda a campanha em ação de marketing, porém *“configura-se na verdade em peça de publicidade institucional e de utilidade pública”*.

Por essas razões, requer a suspensão liminar da decisão, apontando o perigo da demora relativo ao prejuízo nas ações previstas para a recepção da Tocha Olímpica amanhã, dia 3/5/2016.

“Assim, o cumprimento da decisão do TRF/1 ocasionará, em primeiro lugar, prejuízo financeiro, já que todo o material já está produzido. Além disso, e muito mais grave, a impossibilidade de utilização do material já produzido em data de alto teor simbólico - recepção da Tocha Olímpica - para os “Jogos Rio 2016” ocasionará incomensurável prejuízo para a imagem do Brasil, por meio da mídia nacional e internacional, já que não haverá material de comunicação eficaz nesse momento. O país ficará, ainda, impossibilitado de demonstrar que tem condições e está preparado para receber o mundo para os Jogos Olímpicos e Paralímpicos, Rio 2016”.

É o relatório necessário. Decido.

STA 834 MC / GO

O deferimento do pedido de suspensão exige a presença de dois requisitos: a matéria em debate ser constitucional acrescido da ocorrência de lesão à ordem, à saúde, à segurança ou à economia públicas.

Na hipótese em apreço, encontra-se devidamente demonstrada a matéria constitucional em debate: a interpretação do art. 37, § 1º, da Constituição Federal, que dispõe sobre a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos.

Passo então ao exame do segundo requisito: ocorrência de lesão à ordem, à saúde, à segurança ou à economia públicas.

A decisão atacada determinou a suspensão da campanha publicitária do Governo Federal denominada “#SomosTodosBrasil” sobre os jogos olímpicos do Rio de Janeiro de 2016. Fundamentou-se, para tanto, na alegação de que referida peça teria o caráter de marketing político-partidário a fim de introjetar na população a ideia de que os referidos jogos serviriam de solução ou, até mesmo, ocultação para os graves problemas do País.

Pois bem. Examinemos então o teor da referida campanha publicitária a fim de saber se, a princípio, ela atende ou não os ditames constitucionais sobre o tema.

A Constituição Federal, no art. 37, § 1º, dispõe que

“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”.

Essa regra é, sem dúvida, um desdobramento do direito fundamental à informação estampado no inciso XIV do art. 5º do Texto

STA 834 MC / GO

Constitucional, que impõe um poder-dever à Administração Pública de informar sobre seus atos.

Contudo, como se nota pelo dispositivo constitucional em comento – e, até mesmo, em obediência ao princípio da separação dos poderes, que veda ao Poder Judiciário substituir-se ao Administrador Público –, o controle judicial da publicidade dos órgãos públicos deve ser feito a partir desses parâmetros da Carta Política.

Será então inconstitucional a publicidade que contenha quaisquer nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades, de servidores públicos ou, até mesmo, de partidos políticos, como decidiu, por exemplo, o STF no RE 191.668, de relatoria do Ministro Menezes Direito.

Com efeito, segundo consta na página da internet da Secretaria de Comunicação da Presidência da República, a campanha “#SomosTodosBrasil” *“visa despertar o sentimento de pertencimento e união dos brasileiros, além de valorizar nossa identidade cultural”*.

A descrição da peça, conforme consta na decisão de primeiro grau, é a seguinte:

“# Somos Todos Brasil

Os Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 são uma conquista de toda a nação. E para promover o envolvimento e despertar o sentimento de pertencimento de mais de 200 milhões de brasileiros, o Governo Federal já deu início a uma série de ações de comunicação com o tema:

#Somos Todos Brasil

Espera-se que esse conceito inspire o discurso de comunicação transmitindo os valores sintetizados nessas três palavras.

- *O sentimento de pertencimento e união.*
- *A nossa identidade cultural, os atributos que nos caracterizam*

STA 834 MC / GO

como povo e nação.

- *A nossa capacidade de realizar.*

- *Valores que são típicos do esporte, mas também presentes na vida dos brasileiros, como garra, superação, solidariedade, talento e respeito.*

Assista aos vídeos da campanha e utilize os papéis de paredes (wallpapers) para mostrar a nossa força e união pelo país.

Participe desse movimento.

Afinal, somos todos Brasil!".

Os jogos olímpicos de 2016 serão disputados pela primeira vez na América do Sul, representando um importante momento de visibilidade interna e, sem dúvida, internacionalmente.

Assim, entendo, a princípio, que a conclamação da população brasileira com o objetivo de despertar um “*sentimento de pertencimento e união dos brasileiros, além de valorizar nossa identidade cultural*”, não ofende preceito constitucional.

Como visto, não há na citada peça publicitária nenhuma menção ou referência a nomes, símbolos ou imagens que possam caracterizar promoção pessoal de autoridades, de servidores públicos ou, até mesmo, de partidos políticos.

O alegado fundamento subliminar utilizado pela decisão atacada é de difícil comprovação em razão do quanto veiculado.

Foi o que anotou o Ministro Maurício Corrêa no julgamento por esta Suprema Corte da ADI 2.472, manejada contra a Lei gaúcha 11.601/2001, que vedava a publicidade que constituísse propaganda subliminar:

“6. Com relação ao § 2º do artigo 1º, que proíbe ‘toda e qualquer publicação, por qualquer meio de divulgação, de matéria que possa constituir propaganda direta ou subliminar de atividades ou propósito

STA 834 MC / GO

de governo, bem como de matéria que esteja tramitando no Poder Legislativo', e m uma primeira visão, parece repetir o conceito de seu caput e assim não seria inconstitucional, à medida que veda a publicidade de atos governamentais que caracterizem promoção pessoal de autoridades e servidores públicos, como já o é pela Constituição (CF, artigo 37, § 1º).

7. A permanência do preceito, contudo, pode gerar perplexidade na sua aplicação prática, tendo em vista a dificuldade para se estabelecer a correta distinção entre o que é propaganda direta ou subliminar de atividades ou propósitos de governo e o que não é, circunstância que pode causar obstáculos ao dever constitucional de informar e de prestar contas, a que se submete o agente público, extrapolando, assim, os limites específicos do § 1º do artigo 37 da Constituição" (grifei).

Dessa maneira, a impossibilidade de veiculação de publicidade institucional – quando não contiver nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades, servidores públicos ou, até mesmo, de partidos políticos – deve ser vista como medida excepcional, só tomada em situações extremas, o que não me parece ser a hipótese em apreço.

Isso posto, defiro o pedido liminar para suspender a tutela antecipada deferida nos autos do Agravo de Instrumento 0015177-77.2016.4.01.0000/GO, em trâmite no Tribunal Regional Federal da 1ª Região.

Comunique-se com urgência.

Publique-se.

Brasília, 2 de maio de 2016.

Ministro RICARDO LEWANDOWSKI

Presidente