

**EXCELENTÍSSIMO SR. PROCURADOR-GERAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DE MINAS
GERAIS**

Representação. Improbidade Administrativa. Propaganda institucional discrepante da finalidade pública. Interesse privado. Desvio de finalidade. Violação à moralidade administrativa.

Domingos Sávio Campos Resende, brasileiro, casado, Deputado Federal, Carteira de Identidade MG 104.348-8, CPF 222.751.506-68, Presidente eleito do Diretório Estadual do Partido da Social Democracia Brasileira – PSDB-MG, com sede à Rua Ouro Preto, 846, Bairro Barro Preto, nesta Capital, vem, respeitosamente, apresentar **Representação**, com arrimo no artigo 37, §1º da Constituição Federal, nos artigos 1º, 2º, 11, I, 14 da Lei 8.248/92, pelos atos praticados pelo **Governador do Estado de Minas Gerais, Fernando Damata Pimentel; pelo Secretário de Estado de Governo, Odair José da Cunha, e pelo Subsecretário de Comunicação Social do Governo de Minas Gerais, Ronald Cavalcante de Freitas**, requerendo, ao final, a instauração de inquérito civil público pelos fatos e fundamentos a seguir:

I - Objeto da representação

1. Pretende-se com o manejo desta representação a apuração das irregularidades cometidas pelo Representado mediante a utilização de recursos públicos com **desvio de finalidade** consistente na veiculação de propaganda institucional que atende **interesses privados** em patente violação ao artigo 37, §1º, da Constituição da República.
2. Conforme será demonstrado, os Representados valeram-se de estratégia lamentável que, a pretexto de promover ações e políticas educacionais e/ou informativas, acabaram por atribuir as mazelas da própria gestão a políticos que não são seus aliados, em manifesto desvio de finalidade custeado por recursos públicos.

II - Representante e Representado

3. Nos termos do que dispõe o artigo 14 da denominada Lei de Improbidade, qualquer pessoa poderá representar à autoridade competente com intuito de que seja instaurado procedimento de investigação por atos violadores das disposições do referido diploma legal.

4. Pretende-se que seja apurada a responsabilidade de cada um dos indicados nesta representação, haja vista as atribuições a eles conferidas pela legislação. São eles:

5. **Governador do Estado de Minas Gerais:** na condição de Chefe do Poder Executivo e principal representante do grupo político estabelecido no poder, é aquele que materializa a imagem do próprio Governo, sendo completamente plausível tê-lo como beneficiário direto dos desvios de finalidade que se pretende apurar por este procedimento investigativo.

6. **Secretário de Governo:** nos termos do que dispõe a Lei delegada 180/11 do estado de Minas Gerais, notadamente no artigo 195, XVI, compete à Secretaria de Estado de Governo “formular e coordenar a política estadual de comunicação social e supervisionar sua execução nas instituições que integrem sua área de competência”, não restando dúvida de que os atos com indícios de improbidade administrativa decorrem de publicidade institucional autorizada e fiscalizada por órgãos do Governo do Estado de Minas Gerais, em especial pelo **Secretário de Governo**. Cumpre ressaltar que integra a estrutura orgânica básica da Secretaria de Governo a **Subsecretaria de Comunicação Social** (art. 196, X).

III - Da propaganda institucional com desvio de finalidade: finalidade privada custeada pelo erário

7. Os representados autorizaram veiculação, nas redes de televisão, pelas redes sociais “Facebook” e “youtube” e por meio de impressos em jornal de livre circulação contendo propaganda da administração pública estadual. Não obstante o conteúdo do material não seja idêntico, a temática segue a mesma linha e as violações se mantêm em todos os instrumentos publicitários manejados, conforme será demonstrado.

7.1. Propaganda institucional veiculada na televisão:

Depoimento Vergílio Lima

No meu trabalho planejamento é fundamental. Para se obter um instrumento de qualidade é preciso que ele seja planejado desde a escolha do material, a escolha do projeto, o desenvolvimento do projeto, passando por todos os detalhes de medida até o acabamento e a finalização. E eu não teria êxito nos instrumentos que eu faço se eu não planejasse adequadamente.

Locutor

O governo de Minas gerais realizou um amplo diagnóstico em todas as secretarias para conhecer a verdadeira situação do

estado. Há mais de 500 obras paradas e um déficit de R\$ 7 bilhões no orçamento. **Agora**, o governo faz como o Virgílio, **trabalha com planejamento** para arrumar a casa, organizar as contas e retomar as obras. **Planejamento. Este é o jeito certo de construir** uma Minas Gerais mais integrada e justa. O trabalho já começou.

7.2. Os objetivos da mensagem veiculada podem ser melhor compreendidos ao assistir a propaganda, uma vez que os elementos gráficos e sonoros potencializam os aspectos de comparação entre governos e a intenção de enxovalhar seus opositores.

7.3. Por detrás da bem produzida peça publicitária que, a princípio, deveria prestar um serviço público ao cidadão, vê-se, nos trechos destacados, a evidente intenção de realizar comparação entre forma de trabalhar da nova administração **“com planejamento”** em comparação com a **“sem planejamento”** administração anterior.

7.4. Note bem, apenas **“agora”**, ou seja, na gestão atual, o **“Governo”** passou a trabalhar com planejamento. Quer dizer, o governo de **“antes”** trabalhava **“sem planejamento”**, por consequência, mais de 500 obras estão paradas, há déficit de **“7 bilhões de reais no orçamento”**.

7.5 Propaganda institucional veiculada pelo “Facebook”

7.6. O Governo do Estado de Minas Gerais possui página institucional na rede social **“facebook”**, denominada, tecnicamente, de página patrocinada, para divulgar as atividades institucionais do Governo do Estado. Até aí, nada demais, uma vez que não há mais dúvidas que a *internet* e as redes sociais tornaram-se contemporaneamente em ferramentas publicitárias reconhecidamente eficientes e relativamente baratas. Todavia, tais circunstâncias não autorizam que a **“informalidade”** e a forma coloquial da propaganda institucional seja utilizada de forma desviada. Contudo, é exatamente o que ocorre no caso em tela. <https://www.facebook.com/governomg?fref=ts>



7.7. Nos inúmeros *posts* veiculados diariamente, há inúmeras violações aos princípios que regem a administração pública, notadamente, o princípio da impessoalidade, além do evidente desvio de finalidade da propaganda institucional, uma vez que grande parte do conteúdo não se destina a “educar”, “informar” e orientar o cidadão, nos termos do que dispõe o artigo 37, §1º da CF.

7.8. Não será oportuno destacar cada um dos inúmeros *posts*, uma vez que a página é atualizada diariamente, todavia, alguns deles chamam bastante atenção pela gravidade do desvio, e, os referidos, serão destacados a seguir.

7.9. Personalização do Governo

7.10. Conforme é possível observar na imagem retirada da página oficial do “Facebook” do Governo do Estado de Minas Gerais, ao se referir ao Governo, não se utiliza a expressão o “Governo do Estado de Minas Gerais”, mas, ao contrário, faz referência ao governador, observe-se: “(...) O edital deste ano concentra duas linhas de frente do **Governo Fernando Pimentel**”. Ora, não parece legítimo que na página oficial do Governo do Estado, página patrocinada por meio de recursos públicos, a denominação utilizada seja “Governo de Fernando Pimentel”, há, nesse caso, evidente confusão entre o Governo e o Governador, entre o ente público e a pessoa privada. Mas essa não é a única violação que a publicação contém. Ao clicar na expressão “Governo Fernando Pimentel”, a página é imediatamente **redirecionada** para a **página pessoal do governador** na mesma rede social, do que se concluiu que, o governador se

utiliza de recursos públicos para divulgar sua página pessoal na página do Governo do Estado de Minas. Mais do que violação ao princípio da impessoalidade, desvio de finalidade da propaganda institucional, há nesse caso flagrante indício de malversação de recursos públicos em benefício do Sr. Fernando Pimentel.



7.11. Divulgação de entrevista concedida pelo Governador

7.12. Não parece oportuno, igualmente, que por meio da página institucional do Governo do Estado de Minas Gerais, haja veiculação de publicidade que tenha como único intuito divulgar entrevista realizada pelo governador, expondo sua foto e direcionando o leitor para outra rede social, *youtube*, na qual é possível assistir a entrevista concedida. Mais uma vez, há evidente violação do princípio da impessoalidade e, conjuntamente, desvio de finalidade quanto à utilização da propaganda institucional.



7.13. “Rombo” de 7 bilhões de reais



7.14. Da publicidade veiculada é possível depreender de plano qual é o intento dos representados: estabelecer uma clara diferença entre o **governo anterior** e o **governo atual**, e, com isso, dizer, o atual governo é melhor, mais eficiente e, por conseguinte. Todavia, não é essa finalidade da propaganda institucional, como será evidenciado oportunamente.

7.15. A locução “Minas Gerais tem um rombo de R\$ 7 bilhões e 200 milhões de reais” seguida da locução “Com esse dinheiro dá pra fazer” manifesta a clara intenção de imputar os problemas vividos pela gestão atual aos gestores anteriores e, com isso,

criticar os atos e o modelo administrativo que determinado grupo político empreendeu em seu governo. **Isto, obviamente, partindo do pressuposto que tais informações correspondem com a realidade**, o que não se discute por meio desta representação.

7.16. Propaganda institucional por meio de vídeo no *facebook*¹

7.17. Durante as mais de três minutos da publicidade institucional veiculada por meio do *facebook* o que se pode depreender foi a evidente temática da comparação entre o **ontem** e o **hoje**, entre o **governo anterior**, que na visão dos atuais gestores, deixou o Estado de Minas Gerais a beira do caos econômico e administrativo e como o **governo “de agora”** é eficiente e vai salvar o povo mineiro de todas as mazelas deixadas por seus adversários políticos, conforme é possível depreender do texto da propaganda (**anexo**). Vale trazer à colações as partes cujos conteúdos reputa-se violadores.

O diagnóstico do governo de Minas Gerais mostra que a saúde pública do estado está na UTI! E o tratamento vai exigir muito planejamento e boa gestão. **Hoje**, Minas Gerais tem um rombo de um bilhão e meio na saúde. Faltam medicamentos, hospitais regionais, ambulâncias e centros de exames.

Assim como nas outras áreas, **as falhas de gestão impediram que os recursos para a saúde chegassem aos municípios, segundo o diagnóstico do governo mais de noventa e três milhões de reais deixaram de chegar aos cofres das prefeituras.** Entre 2010 e 2014 foram firmados quatro mil e quinhentos convênios com os municípios para investimentos na saúde pública.

A situação do SAMU não é diferente, até o final do ano passado apenas 25% dos municípios mineiros tinham acesso ao serviço (...)

Além das novas ambulâncias do SAMU, já beneficiam mais de dois milhões de mineiros, os planos de construção dos hospitais regionais estão sendo retomados.

¹ https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=986499664736297&id=416907625028840

7.18. Com a devida vênia, não é esse o papel que deve ser atribuído a publicidade institucional, não é o veículo adequado para vaticinar as ideias e programas políticos serão o sucesso do seu grupo político em confronto com os fracassos, a partir de uma visão subjetiva, foram as ideias e programas dos adversários. A publicidade institucional tem regulamentação constitucional e o constituinte assim o fez por vislumbrar a importância e o alcance do instrumento a ser utilizado em favor do cidadão, mas, certamente, pelo receio de que do desvirtuamento do expediente.

7.19. Propaganda institucional em jornal impresso

Diagnóstico Minas Gerais
A verdadeira situação do Estado

GOVERNADOR: ROMULO BOBATO
VICE-GOVERNADOR: ANTONIO CARLOS PEREIRA
SECRETÁRIO DE ESTADO: CARLOS ALBERTO PEREIRA
SECRETÁRIO DE ESTADO: CARLOS ALBERTO PEREIRA

Como mais sobre a situação em diagnostico.mg.gov.br

ÁREA	COMO ERA ANTES	O QUE ESTÁ SENDO FEITO
SAÚDE	DIFÍCIL DE RS 7 bilhões e 200 milhões MAIS DE 500 obras paralisadas, entre elas hospitais e vacinas	01 AJUSTE DAS CONTAS DO ESTADO PARA VENCER O DÉFICIT DE 9 BILHÕES 02 REFORMA GERENCIAL PARA TORNAR A GESTÃO DO ESTADO MAIS EFICIENTE 03 RETOMADA DAS OBRAS QUE ESTAVAM PARADAS
EDUCAÇÃO	VALORES DE R\$ 1,5 BILHÃO ANUÁRIO PARA O MANUTENIMENTO DE 10 MIL ESCOLAS PÚBLICAS EM TODO O ESTADO APROX. 50% DAS ESCOLAS ESTAVAM EM BOA SITUAÇÃO	O GOVERNO DO ESTADO ASSINOU UMA ACORDO RESTÓRICO COM OS PROFESSORES PARA PAGAR O PISD NACIONAL, R\$ 2,3 BILHÕES E MELHORAR AS CONDIÇÕES DE TRABALHO RENOVAÇÃO DO TURNO ESCOLAR E INVESTIMENTO EM PARÁMETROS E CONDIÇÕES PARA PROFISSIONAIS DE EDUCAÇÃO
INFRAESTRUTURA	Plano de desenvolvimento de R\$ 10 bilhões na capital e Região Metropolitana ÁREA DE INVESTIMENTO NA REDE DE CAPTAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE ÁGUA FICOU DEPENDENTE DE UM USUÁRIO	NOVA PARCELA DE R\$ 1,5 BILHÃO PARA O NÍVEL DAS REDES DE DISTRIBUIÇÃO DE ÁGUA INÍCIO DAS OBRAS DE TRANSMISSÃO DO PARQUE PARA AGRÍCOLAS E CAPTAÇÃO DE ÁGUA CAMPANHA CONTINUA PARA ESTIMULAR O USO CONSCIENTE DA ÁGUA
TRANSPORTE	ROMBO DE R\$ 1 bilhão e 500 milhões Obras de 11 hospitais regionais paradas	DISTRIBUIÇÃO DOS PLANOS DE CONSTRUÇÃO DOS HOSPITAIS REGIONAIS APPLICAÇÃO DO ATENDIMENTO DO TAPU PARA MÃES DAS CIDADES MÍNIMAS
TRIBUTAÇÃO	2,7 mil empregos em construção 150 mil empregos em manutenção R\$ 5 bilhões em obras em andamento	FIN DA GREVE DOS SERVIDORES QUE DURAVA MAIS DE UM ANO APROVAÇÃO DOS LICENCIAMENTOS E REALIZAÇÃO DA LICITAÇÃO DO PISD
SEGURANÇA	RECRUTAÇÃO DE 10 MIL NOVOS POLICIAIS INÍCIO DE POLÍCIA NA RUA ESTRUTURA MECÂNICA DO PISD	CONTRATAÇÃO DE 4 MIL NOVOS POLICIAIS RENOVAÇÃO DOS FORTES POLICIAIS

Planejamento, transparência e participação.
Mais a cada passo de cada um para Minas Gerais.
www.mg.gov.br e www.mg.gov.br

MINAS GERAIS
ESTADO DE MINAS GERAIS

7.20. Na publicidade veiculada por meio de impressos o expediente utilizado é o mesmo, ou seja, veicular evidente comparação na forma de governar entre grupos políticos antagonistas. Veja, neste caso, os representantes sequer fazem questão de dissimular que a finalidade é a comparação, uma vez que estampam logo no início do impresso os vocábulos: “Como era antes” e, ao lado “O que está sendo feito agora”. É mais do que patente a intenção, com claro desvio de finalidade, da publicidade institucional veiculada pelo representantes.

8. Delineados os conteúdos das publicidades institucionais veiculadas pelos representados, cabe o questionamento:

Qual é o cunho educativo ou informativo da publicidade?

Pode ser considerado educativo atribuir aos gestores anteriores os problemas que são inerentes à gestão da coisa pública e para os quais o gestor foi eleito para solucionar?

O que há de educativo ou informativo em dizer que a partir de “agora” “O trabalho já começou.”?

8.1. O que se pretendeu, obviamente, foi fazer um recorte entre o *antes* e o *agora*, *nós* e *eles*, a *administração com planejamento* e a *administração sem planejamento*. Mais que isso, fazer a comparação entre os gestores *competentes* e os *incompetentes*.

8.2. A aparente legalidade da publicidade apenas tem o intuito de esconder o desvio, a intenção subliminar, mas que, facilmente, se desnuda, pois, a toda evidência, a pretensão é demonstrar que as pessoas que assumiram o Governo de Minas Gerais, a “nova administração”, são mais preparadas e prestarão melhores serviços que a anterior.

IV - Do desvio de finalidade

9. Postula-se que sejam apurados os desvios de finalidade na publicidade institucional veiculada pelo Governo do Estado de Minas Gerais, uma vez que nas referidas, ao invés de, atendendo às prescrições constitucionais, promover publicidade com a finalidade de informar e educar os administrados, optou-se por promover ataques à gestão anterior, em flagrante ato político e de viés partidário que em nada se coaduna que os princípios que regem a administração pública.

9.1. Não se nega que os partidos políticos possuam pressupostos teóricos e ideológicos dissonantes quanto ao exercício da gestão pública, todavia, tais dissensos não podem ser promovidos ou debatidos por meio de atuação de governo, utilizando-se de recursos públicos, em manifesta violação das prescrições constitucionais e legais, conforme ocorre no caso.

9.2. Não é de hoje que determinados grupos políticos nos diversos níveis utilizem-se da propaganda institucional para fazer, na verdade, propaganda das ideias que seus partidos políticos e candidatos defendem.

9.3. Entretanto, para tais pelejas existem as propagandas **partidárias (e não institucional)**, nas quais os partidos políticos devem apresentar suas propostas, seus

ideais e, inclusive, estão “autorizados” a criticar ações político-partidárias de seus antagonistas.

9.4. Este é o entendimento sufragado pelo Tribunal Superior Eleitoral em decisões recentes.

PROPAGANDA PARTIDÁRIA. ALEGAÇÃO DE DESVIO DE FINALIDADE. CRÍTICA. ADMINISTRAÇÕES ANTERIORES. AUSÊNCIA. DESTINATÁRIO INDIVIDUALIZADO. DISCUSSÃO. TEMAS POLÍTICO-COMUNITÁRIOS. IMPROCEDÊNCIA. REPRESENTAÇÃO.

1. **Na linha da jurisprudência desta Corte, é admissível o lançamento de críticas em propaganda partidária ainda que desabonadoras ao desempenho de administrações anteriores**, sem destinatário individualizado, desde que observado o limite da discussão de temas de interesse político-comunitário, vedada a divulgação de ofensas pessoais ao governante ou à imagem de partido político, a exaltação de qualidades da responsável pela propaganda em detrimento de agremiação opositora.

2. Não há configuração de propaganda eleitoral antecipada no espaço destinado ao programa partidário quando ausentes pedidos de votos ou divulgação, ainda que dissimulada, de candidatura, de ação política que se pretenda desenvolver, de razões que levem a inferir que o beneficiário seja o mais apto para a função pública e/ou referência, mesmo que indireta, ao pleito.

3. Representação que se julga improcedente.

(Representação nº 37337, Acórdão de 11/11/2014, Relator(a) Min. JOÃO OTÁVIO DE NORONHA, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Tomo 221, Data 24/11/2014, Página 119)

9.5. Note bem, partido da premissa que existe o espaço apropriado para que os partidos políticos e candidatos para veicular críticas de cunho político, para apresentar a comunidade as diferenças ideológicas e das propostas que defendem, não se deve admitir que a propaganda institucional do Estado se transmude em algo diverso. **Ocorre que esse é o caso em tela, pois há evidente emprego de recursos públicos em propagandas institucionais para atender finalidades dissonantes do “caráter educativo, informativo e de orientação social” viola diretamente o art. 37, §1º, da CR.** É verdade que tal violação decorre de subterfúgios linguísticos, indiretamente, o que, a rigor, aumentam a gravidade do desvio, pois a aparência de legalidade é pressuposto do desvio, tal qual ocorre em relação a propagandas no período eleitoral. Nesse âmbito, é rica a jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral que impõe severas punições em consonância ao que prescreve a lei que rege a propaganda eleitoral. **E cabe dizer, o fundamento que impõe a punição no âmbito da justiça eleitoral é o**

mesmo que se postula por meio desta representação, o desvio de finalidade, a utilização transversa de recursos públicos.

9.6. Ilustrativo o julgamento da **RP 143-92.2014**, oportunidade em que o Tribunal Superior Eleitoral reconheceu o desvio de finalidade de propagandas institucionais. Para contextualizar, vale esclarecer que se tratava de julgamento que tinha por objeto propaganda institucional da Caixa Econômica Federal, na qual houve condenação do presidente da CEF ao pagamento de multa por propaganda eleitoral antecipada. Durante o julgamento, após o voto do Ministro **Admar Gonzaga** julgando improcedente a representação, o Ministro **Gilmar Mendes** abriu divergência, no que foi acompanhado pela maioria da Corte. Vale trazer à colação excertos dos votos dos ministros **Gilmar Mendes, Teori Zavascki, Laurita Vaz, Dias Toffoli e João Otávio de Noronha**.

A divergência foi aberta pelo Ministro Gilmar Mendes nos seguintes termos:

Senhor Presidente, a visão que o filme sugere está muito **longe de se tratar de uma veiculação meramente institucional**. Há, claramente, a meu ver, o propósito subliminar de identificar programas da instituição com programas deste governo.

Em seguida, foi acompanhado pela Ministra Laurita Vaz:

Senhor Presidente, **eu também reconheço o desvio de finalidade da publicidade institucional**. Quem assiste ao vídeo verifica com clareza que este denota a intenção de incutir no telespectador a necessidade de continuar com os programas sociais.

O Ministro Teori Zavascki incorporou posição que em tudo se coaduna com a tese ora defendida:

Se o Poder Judiciário, a Justiça Eleitoral abrir as portas e permitir propaganda desse tipo, vamos ampliar a desigualdade manifesta em favor dos detentores do poder político, tanto no âmbito federal, quanto no estadual e no municipal. A propaganda institucional será o veículo poderoso de desequilíbrio entre as correntes concorrentes, que é a base de um pleito eleitoral.

Ministro João Otávio de Noronha defendeu que:

(...) Também participo do mesmo entendimento de Vossa Excelência (em referência ao Ministro Dias Toffoli): uma coisa é propaganda do partido, o partido tem que dizer qual é a proposta, qual o objetivo. (...)Claro, evidentemente. O partido tem essa finalidade, agora a Caixa Econômica Federal, não.

O Ministro Gilmar Mendes conclui:

Eu proponho o teto de R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais) e **sugiro inclusive que o Ministério Público tome as providências devidas quanto à ação de improbidade.**

9.7. Nada obstante a discussão do julgado ter sido travada no âmbito da justiça eleitoral, o fundamento que levou a condenação do presidente da Caixa Econômica Federal foi o desvio de finalidade da propaganda institucional que, ao invés de veicular propaganda com caráter educativo ou informativo, optou por defender programa de governo, de pugnar pela manutenção de determinado grupo político em detrimento de outro. **Ou seja, assim como ocorre no caso objeto desta representação, a atrair o regime jurídico da improbidade administrativa.**

9.8. Na medida em que os representados optam por utilizar recursos públicos em ato que desborda os princípios constitucionais que regem a administração pública e que violam prescrição objetiva do artigo 37, §1º do texto constitucional, suscitam a necessidade de apuração e responsabilização por tais atos.

V - Ofensa ao princípio da impessoalidade, moralidade administrativa e legalidade e o cometimento de ato de improbidade administrativa

10. A Constituição da República de forma didática fez expressa regulamentação das vedações para a realização de publicidade institucional exatamente para evitar que fossem violados os princípios impessoalidade e da moralidade administrativa.

10.1. A referida regulamentação, a rigor, pretendeu proteger os valores subjacentes aos referidos princípios, notadamente, a diferenciação entre a coisa pública e a coisa privada, o interesse público e, nos dizeres de professor Celso Antônio Bandeira de Mello, "(...) O princípio (impessoalidade) em causa não é senão o próprio princípio da igualdade e da isonomia.". O constituinte estabeleceu ainda que não basta ao administrador público atender formalmente ao princípio da legalidade, mais que isso,

o administrador público precisa agir de modo que alcance uma finalidade administrativa moralmente aceita, nessa medida, os atos empreendidos pelos representados ferem a moralidade administrativa.

10.2. Nada obstante as peças publicitárias não apresentarem, nos termos do §1º do artigo 37 da CF, “(...) nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.”, cumpre ressaltar que o aparente respeito à legalidade estrita tem o objetivo de mascarar o desvio de finalidade. A rigor, a aparência de legalidade pretende apenas escamotear a conduta desviante, geralmente, de forma sofisticada e hábil, como nos vídeos impugnados (**doc. anexo**).

10.3. A presente representação almeja exatamente que sejam apuradas as responsabilidades dos indicados pelos atos promovidos, na medida em que, a toda evidência, os referidos violaram, propositalmente, os princípios que regem a administração pública e, especificamente, infringiram as vedações inscritas no §1º do artigo 37 da Constituição da República.

10.4. Ao agir desta maneira, todos os indicados atraíram a incidência do artigo 11 da Lei 8.249/92.

10.5. Tanto o Superior Tribunal de Justiça quanto o Supremo Tribunal Federal já manifestaram posicionamento de que a promoção pessoal envidada por meio de propaganda institucional custeada por dinheiro público violam as prescrições do artigo 37, §1º da Constituição e o artigo 11 da Lei 8.249/92.

RECURSO ESPECIAL Nº 1.114.254 MG (2009/00658976)

EMENTA

ADMINISTRATIVO. AÇÃO CIVIL PÚBLICA POR ATO DE IMPROBIDADE ADMINISTRATIVA. RECURSO ESPECIAL DO RÉU. INEXISTÊNCIA DE AFRONTA AO ART. 535 DO CPC. DESNECESSIDADE DE DILAÇÃO PROBATÓRIA. AUSÊNCIA DE IMPUGNAÇÃO A FUNDAMENTO BASILAR DO ACÓRDÃO, O QUE ATRAI A SÚMULA 283/STF. APLICABILIDADE DA LEI Nº 8.429/1992 **A PREFEITO MUNICIPAL. VEICULAÇÃO DE PROPAGANDA INSTITUCIONAL COM OBJETIVO DE PROMOÇÃO PESSOAL. VIOLAÇÃO A PRINCÍPIOS DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA.** CONFIGURAÇÃO DE DOLO GENÉRICO. PRESCINDIBILIDADE DE DANO AO ERÁRIO. COMINAÇÃO DAS SANÇÕES. REDIMENSIONAMENTO.

(...) 3. O aresto impugnado está em consonância com a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça e do Supremo Tribunal Federal, no sentido de que a Lei nº 8.429/1992 é

aplicável aos Prefeitos Municipais, não cabendo falar em incompatibilidade com o Decreto-Lei nº 201/1967. 4. **Segundo o arcabouço fático delineado no acórdão, restou claramente demonstrado o dolo, no mínimo genérico, na irregular veiculação de propaganda institucional em que atreladas as realizações do Município ao seu então alcaide e ora recorrente. Tal conduta, atentatória aos princípios da impessoalidade, da moralidade e da legalidade, nos termos da jurisprudência desta Corte, é suficiente para configurar o ato de improbidade capitulado no art. 11 da Lei nº 8.429/1992.** 5. Redimensionamento das sanções aplicadas, em atenção aos vetores da proporcionalidade e da razoabilidade, bem como à diretriz dosimétrica estampada no parágrafo único do art. 12 da LIA ("[...] o juiz levará em conta a extensão do dano causado, assim como o proveito patrimonial obtido pelo agente"). 6. Recurso especial parcialmente provido, para se decotar as penalidades impostas.

10.6. Como assinalado o Supremo Tribunal Federal, em recente decisão, consolidou entendimento no mesmo sentido:

AG.REG. NO RECURSO EXTRAORDINÁRIO 631.448 SANTA CATARINA

RELATOR :MIN. ROBERTO BARROSO

EMENTA: AGRAVO REGIMENTAL EM RECURSO EXTRAORDINÁRIO. DIREITO ADMINISTRATIVO. IMPROBIDADE ADMINISTRATIVA. PROPAGANDA INSTITUCIONAL.

CARACTERIZAÇÃO DE PROPAGANDA PESSOAL. VEDAÇÃO. PRECEDENTES. SÚMULA 279/STF.

O Supremo Tribunal Federal, interpretando o disposto no art. 37, § 1º, da Constituição Federal, assentou que o “rigor do dispositivo constitucional que assegura o princípio da impessoalidade vincula a publicidade ao caráter educativo, informativo ou de orientação social é incompatível com a menção de nomes, símbolos ou imagens, aí incluídos slogans, que caracterizem promoção pessoal ou de servidores públicos” (RE 191.668, Rel. Min. Menezes Direito). Dessa orientação não divergiu o acórdão do Tribunal de origem. Hipótese em que a resolução da controvérsia demandaria o reexame dos fatos e

provas constantes dos autos, o que é vedado em recurso extraordinário, nos termos da Súmula 279/STF.
Agravo regimental a que se nega provimento.

10.7. As condutas apontadas nesta representação se equiparam com as consideradas ímprobas pelo Supremo Tribunal Federal.

10.8. Nesse sentido, diante das evidências trazidas pelo representante, com suporte na legislação de regência e no entendimento jurisprudencial do Superior Tribunal de Justiça e do Supremo Tribunal Federal, requer-se:

- a) seja recebida a presente representação, nos termos do que dispõem a Lei 7.437/ e a lei 8.429/92;
- b) seja ajuizada **ação cautelar ou medida similar** para obstar que novos desvios do uso de recursos públicos sejam novamente realizados;
- c) seja instaurado procedimento administrativo para apurar as condutas cometidas por cada um dos representados, levando-se em consideração, como prova mínima, os documentos acostados;
- d) ao final, requer-se seja ajuizada a respectiva ação de improbidade administrativa.

Nestes termos,

Pede deferimento.

Belo Horizonte, 23 de junho de 2015.

DEPUTADO FEDERAL DOMINGOS SÁVIO

PRESIDENTE ELEITO DO PSDB DE MINAS GERAIS