

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR DOUTOR PROMOTOR DE JUSTIÇA
CURADOR DOS DIREITOS DE CIDADANIA DO MUNICÍPIO DE SÃO
CAETANO DO SUL – SÃO PAULO.**

**ASSOCIAÇÃO DOS AMIGOS DA SAÚDE EMÍLIA
ALFREDO MANGANOTTI**, pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, inscrita no CNPJ/MF sob nº 07.786.915/0001-13, com estatuto de constituição devidamente registrado no 2º Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas de São Caetano do Sul/SP., sob o nº 25.083 (doc.01), representada, conforme alteração estatutária sob nº 24.415 (doc.02), pelo sócio presidente EDER XAVIER, brasileiro, divorciado, advogado inscrito na Ordem dos Advogados do Brasil - OAB/SP sob o nº 92.729, com escritório na Rua Amazonas, nº 363, conj. 42, Centro, São Caetano do Sul/SP, vem perante Vossa Excelência, expor e requer a instauração de inquérito civil visando apurar responsabilidades pela lesividade ao erário público municipal e improbidade administrativa de seus agentes, ensejando posterior ação civil pública e ação popular para recomposição dos danos, haja vista a flagrante propaganda de caráter promocional enaltecendo obras e condutas encetadas pela atual administração que tem no alcaide José Auricchio Junior, a figura maior, em busca de promoção pessoal.

Com efeito, na semana que findou o ano de 2005, todos os milhares de exemplares do Jornal "Diário do Grande ABC" dos dias 16,17 e 18, traziam luxuoso encarte em folha quádrupla, colorida, anunciando na gigantesca capa, tão só que São Caetano do Sul "vive um novo tempo" enquanto exhibe, nas páginas internas, mural com centenas de fotografias de pessoas desconhecidas, que aparecem sorridentes, seguida da legenda, "a resposta esta na cara", "Administração 2005-2008. A cada dia colhendo um novo sorriso", apondo, logo abaixo, o que fizeram para obter o sorriso, conforme documentos acostados (doc.03/05).

Finaliza na contra-capá, com extenso auto-elogio à própria administração, denotando deliberada propaganda personalíssima, ofensiva aos ditames do artigo 37 § 1º da Constituição da República, muito embora, no afã de "tapar o sol com a peneira", sutilmente não se tenha feito alusão expressa ao nome do Prefeito, que, no entanto, como todos sabem, é o responsável pela administração em nosso Município.

Ainda que a empresa proprietária do jornal Diário do Grande ABC tenha rodado a propaganda do Prefeito, distribuindo-a encartada em seus jornais, naqueles três dias, é certo que a empresa deve ter cobrado pelo serviço, e muito, diga-se de passagem, haja vista o preço de anúncios simples, infinitamente menos oneroso que o anúncio em página quádrupla.

Essa página interna foi reproduzida em todos os gigantescos "outdoors" que infestam não só a Cidade de São Caetano do Sul, como também as cidades de Santo André, São Bernardo do Campo e São Paulo, conforme se depreende da reportagem anexa (doc.06). Tais "outdoors" que reproduzem rostos felizes chegam a estar cerca de 10 quilômetros da cidade de São Caetano do Sul.

Referidas propagandas fazem parte também dos carnês de IPTU (Notificação de Lançamento 2006), reproduzindo os encartes no Diário do Grande ABC, como se denota dos anexos documentos (doc.07/13). Observa-se, especialmente, o teor textual do documento 11, que traz o balanço de um ano de governo do Sr. José Auricchio Júnior, sob a nomenclatura "Administração de São Caetano do Sul". Os documentos 06, 07, 08 e 12 utilizam os "sorrisos colhidos" para tornar conhecida a Administração Municipal, gerando assim uma referência de caráter pessoal do alcaide.

Com isso, a Prefeitura do Município de São Caetano do Sul utiliza os carnês de IPTU para divulgar suas realizações enaltecendo a figura do Administrador do Executivo, configurando assim um verdadeiro marketing pessoal realizado com recursos do erário municipal. Ressalta-se que a reportagem em anexo (doc.14) aponta que **a Prefeitura não divulgou o custo de produção, impressão e envio dos carnês de IPTU**. Sem sombra de dúvida, houve enorme gasto com tal confecção e impressão dos carnês.

Há muito tempo, o *****
autarquia desta comarca, adquiriu imóvel na confluência (esquina) da

Avenida Goiás com a Avenida Guido Aliberti (em frente ao hipermercado Extra), com uma área de aproximadamente 40 (quarenta) mil metros quadrados. É cediço que o trânsito de automóveis que trafegam ao redor desta área é dos mais intensos da região metropolitana de São Paulo.

Há notícias que a empresa *****, empresa de "outdoors" e publicidade, de capital internacional com sede nos Estados Unidos da América, vem operando no Município através da empresa denominada *****, detentora de inúmeros contratos de publicidade e propaganda junto a órgãos e autarquias deste município, tais como o já mencionado **, como também o ***** de maneira geral.

Junta-se nesta oportunidade, algumas referências a tais informações e notícias, que são extratos de pesquisas da empresa Cavassani Publicidade Ltda. (doc.15) e a empresa Radiante Marketing Promoções e Eventos Ltda. (doc.16) obtidos junto ao Tribunal de Contas do Estado de São Paulo – TCE, os quais poderão corroborar a existência dos contratos entre a referidas empresas e entes da Administração direta e indireta do Município de São Caetano do Sul.

Ademais, a empresa Radiante Marketing Promoções e Eventos Ltda. é unipolar à empresa Cavassani Publicidade Ltda., uma vez que esta possui não só a mesma localização da empresa Cavassani Publicidade Ltda. (doc.17/18) bem como possuem em comum o mesmo funcionário que responde como preposto para ambas as empresas, o *****. Pode-se verificar também, como forma de demonstrar que as duas empresas atuam conjuntamente, que a sócia da empresa Radiante, ***** é casada com um dos sócios da empresa ***** (doc.19).

Há notícias também que a ***** foi a responsável pela impressão dos carnês do IPTU da cidade (doc.20). Conforme o supra mencionado, **a Prefeitura não divulgou o custo de produção, impressão e envio dos carnês de IPTU.**

A empresa Plakmídia Mídia Alternativa é uma divisão de mídia da empresa Cavassani Publicidade Ltda conforme documento anexo (doc.21), a qual detém ***** instalação de painéis educativos e setas indicativas na cidade de São Caetano do Sul. A indagação, no mínimo pertinente, seria como que uma "divisão", equivalente no mínimo a um departamento dentro de uma empresa, possui personalidade jurídica para finalizar contratos, assumindo direitos e obrigações com terceiros, sendo

apenas uma "divisão" da empresa Cavassani Publicidade Ltda? Parece um tanto quanto estranho esse fato!

Referidas informações supra, aqui foram levantadas pois a empresa Cavassani Publicidade Ltda. realizou o projeto gráfico e editoração da revista "Novo Tempo São Caetano do Sul", onde encarta, nas folhas 42/43 o mesmo conteúdo dos "out doors", dos painéis e dos carnês de IPTU, ou seja, a propaganda de caráter personalístico do Sr. Prefeito Municipal também está presente nesta revista (doc.22).

Não deve o erário municipal suportar esses encargos, mesmo que "O Diário tenha facilitado alguma coisa", já que é contratado pelo governo municipal, para a publicação dos atos oficiais, repita-se, atos oficiais da Municipalidade, não propaganda sub-reptícia de cunho pessoal do alcaide e sua equipe.

Na mesma linha, a utilização de dezenas de "out door" (doc.23/28) reproduzindo em tamanho gigantesco, aqueles sorridentes rostos de pessoas desconhecidas, (certamente enganadas) são de custo elevadíssimo, não podendo ser custeada pelos cofres públicos.

É o que acentua pacífica jurisprudência dos Tribunais Pátrios, de que é exemplo o seguinte aresto do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo: "

AÇÃO POPULAR – Propaganda e publicidade do Município - Caráter eminentemente personalístico – Violação ao princípio da impessoalidade - Deliberada intenção de propaganda pessoal - Ofensa ao artigo 37, § 1º da Constituição da República - Reparação do dano devida - Sentença de improcedência reformada - Recuso Provido. (AC.092.686.5/6- Diadema, Rel.Des.Souares Lima.voto nº 13.267.

Não é outra a escoliança de Celso Ribeiro Bastos, ¹:

"a regra do artigo 37 § 1º, da Constituição da República é rigorosa. Proíbe a aparição da imagem da autoridade e mesmo de sua referência por meio de invocação de seu nome ou de qualquer símbolo que produza igual efeito....É uma lástima constatar que até agora não tenha havido uma aplicação drástica desse preceito. Ainda é freqüente ver-se nos órgãos de comunicação, matéria que não

¹-Comentários à Constituição do Brasil,vol.1/159, Saraiva/ SP. ,1988. apud voto 13.267.

atendem os pressupostos positivos ou negativos da atividade de publicidade. Os atos assim viciados são passíveis de ataque por ação popular, visto que lesivos e inconstitucionais.”

Na mesma esteira, ensina Pinto Ferreira,²,

“Trata-se de medida moralizadora, visando o desgaste e uso de dinheiro público em propaganda, vedando a possibilidade de mencionar nomes, símbolos ou imagens conducentes à promoção pessoal de autoridades ou serviços públicos. O dispositivo tem eficácia e é dotado de sanção, pois o dinheiro público gasto com publicidade, contraditando texto, será caracterizado como ato de improbidade. Não havendo normas reguladoras da matéria, é cabível ação popular para responsabilizar o autor ou autores de ato lesivo ao erário público”.

Ao que se denota na luxuosa e personalística propaganda, provavelmente custeada com enorme quantidade de dinheiro público, o alcaide José Auricchio Junior, faz um balanço de sua atuação no governo municipal, no 1º ano de sua administração (2005-2008), e propaga as perspectivas de obras futuras, com anúncios de conteúdo nitidamente publicitário, nos quais, na tentativa de fugir ao rigor da lei de improbidade, omite seu nome e o de sua equipe, salientando, no entanto, tratar-se de ação da **“atual administração”** que, como é da sabedoria de todos, vige sob seu exclusivo comando.

Bem se vê incorrer na incriminada propaganda o caráter educativo, informativo ou de orientação social, caracterizadores da “publicidade legal” de que trata a Carta Magna.

As obras realizadas, via de regra decorrentes de contratos, mercê da exigência de publicidade legal dos atos administrativos já foram informadas via de publicação oficial. O resto é pura propaganda de promoção pessoal da “atual administração” o que é vedado pela Constituição da República, ensejando a punição da autoridade responsável na forma da lei.(§ 2º art.37 CF).

Em tempo: no momento em que o subscritor fechava a presente representação, foi surpreendido com mais publicação de página inteira, não mais de material encartado no Jornal Diário do Grande ABC, mas de conteúdo intrínseco do jornal que indica mais do que propaganda pessoal

² - Comentários à Constituição Brasileira, vol.1/395, Ed.Saraiva/SP. 1989, apud voto 13.267

e sustenta indícios veementes de esbanjamento incontrolável do erário público, conforme documento anexo (doc. 29).

Certamente se Vossa Excelência requisitar do Diário do Grande ABC, da Central de "Out Door" ou da empresa que presta os serviços publicitários para a Prefeitura, a ***** de propriedade de ***** , este, coincidentemente, presidente da Associação Comercial e Industrial de São Caetano do Sul, sucessor do ex-presidente, o seu irmão ***** , os valores gastos serão expostos, propiciando o ressarcimento do erário, sem prejuízo das sanções previstas na lei de improbidade administrativa, eis que os vultuosos gastos financeiros e propaganda pessoal indevida ficarão definitivamente comprovados.

Destarte aguarda seja recebida e autuada esta, instaurando o competente inquérito civil para apuração de todos os fatos, ensejando posterior ação popular para ressarcimento do erário público, sem prejuízo das sanções penais decorrentes.

Termos em que,

Pede deferimento.

São Caetano do Sul, 20 de janeiro de 2006.

EDER XAVIER

Presidente da Associação dos Amigos da Saúde Emília Alfredo Manganotti