

Detalhes do processo

Número Processo

0600041-15.2020.6.05.0180

Jurisdição

LAURO DE FREITAS BA

Classe Judicial

REPRESENTAÇÃO (11541)

Competência

Representação - Propaganda
Eleitoral (distribuição por
sorteio)

Órgão Julgador

180ª ZONA ELEITORAL DE
LAURO DE FREITAS BA

Cargo judicial

Juiz Eleitoral

Valor da Causa (R\$)

0,00

Protocolo do Processo

Processo distribuído com o número 0600041-15.2020.6.05.0180 para o órgão 180ª
ZONA ELEITORAL DE LAURO DE FREITAS BA.



EXCELENTÍSSIMO SENHOR DOUTOR JUIZ ELEITORAL DA 18ª ZONA
ELEITORAL DE LAURO DE FREITAS, ESTADO DA BAHIA.

O PARTIDO COMUNISTA DO BRASIL- DIRETÓRIO DO MUNICÍPIO DE LAURO DE FREITAS, partido político, inscrito no CNPJ sob o nº 08011497/0001-55, com endereço registrado na Rua Ernesto dos Santos, nº501, 101, Centro Lauro de Freitas, vêm, muito respeitosamente, perante Vossa Excelência, por intermédio de seu advogado infra firmado, instrumento de procuração anexo, com endereço profissional impresso onde receberá intimações, interpor a presente

REPRESENTAÇÃO COM PEDIDO LIMINAR

em face de **TEOBALDO LUIZ DA COSTA, pré-candidato ao cargo de Prefeito do Município de Lauro de Freitas**, brasileiro, divorciado, empresário, portador da Cédula de Identidade nº 04145540-19 (SSP/BA), inscrito no CPF/MF o nº 104.083.205-91, residente e domiciliado na Av. Oceânica, 2400, Apto. 1306, Ondina, Salvador/BA, CEP 40170-010, e **FACEBOOK SERVIÇOS ONLINE DO BRASIL LTDA.**, sociedade limitada, inscrita no CNPJ/MF sob nº 13.347.016/0001-17, com sede na Cidade de São Paulo/SP, na Rua Leopoldo Couto de Magalhães Junior, nº 700, 5º andar, Itaim Bibi, CEP 04542-000 pelas razões de fato e direito à seguir expostas:

1

I. DOS FATOS E FUNDAMENTOS JURÍDICOS

O Representado, que é notório pré-candidato ao cargo de Prefeito do Município de Lauro de Freitas nas eleições que se avizinham, postou em sua página pessoal no Facebook, vídeos (em anexo) de propaganda eleitoral contendo computação gráfica, *jingle* musical, narrador, *back voices* e slogan de campanha, realizados de forma evidentemente profissional.

O primeiro vídeo¹ (Anexo II), traz *jingle* contendo as seguintes estrofes:

“Chama que ele vem,
Se a saúde não vai bem o povo sofre adoentado,
Chama Teobaldo, chama (4 vezes)
Chama Teobaldo,
O trabalhador tá triste porque tá desempregado,
Chama Teobaldo, chama (4 vezes),
Ele é trabalhador, isso já tá comprovado,
Chama Teobaldo.”

O segundo vídeo² (Anexo III), ao seu turno, traz imagens contendo a *#ChamaTeobaldo*, o *jingle* anteriormente citado, bem como passagem da fala do Sr. Antônio Carlos Peixoto de Magalhães Neto com os seguintes dizeres:

“ As pessoas podem comparar o que acontece em Salvador e o que não acontece em Lauro de Freitas. Mas isso tem dia e hora pra acabar, e vai

¹ <https://www.facebook.com/TeobaldoCostaOficial/videos/489041561773963/>

² <https://www.facebook.com/TeobaldoCostaOficial/videos/884926798610382/>



acabar é no dia 31 de Dezembro desse ano, porque a partir de 1º de Janeiro do ano vem Teobaldo será o nosso Prefeito.

E mais, ainda no segundo vídeo de campanha eleitoral ora trazido à colação, o Representado verbaliza o seguinte:

“ O novo ciclo em 1º de Janeiro de 2021, com prosperidade, progresso e crescimento para que todos tenham uma cidade melhor, para viver e para morar.”

Vejamos ainda os seguintes recortes:



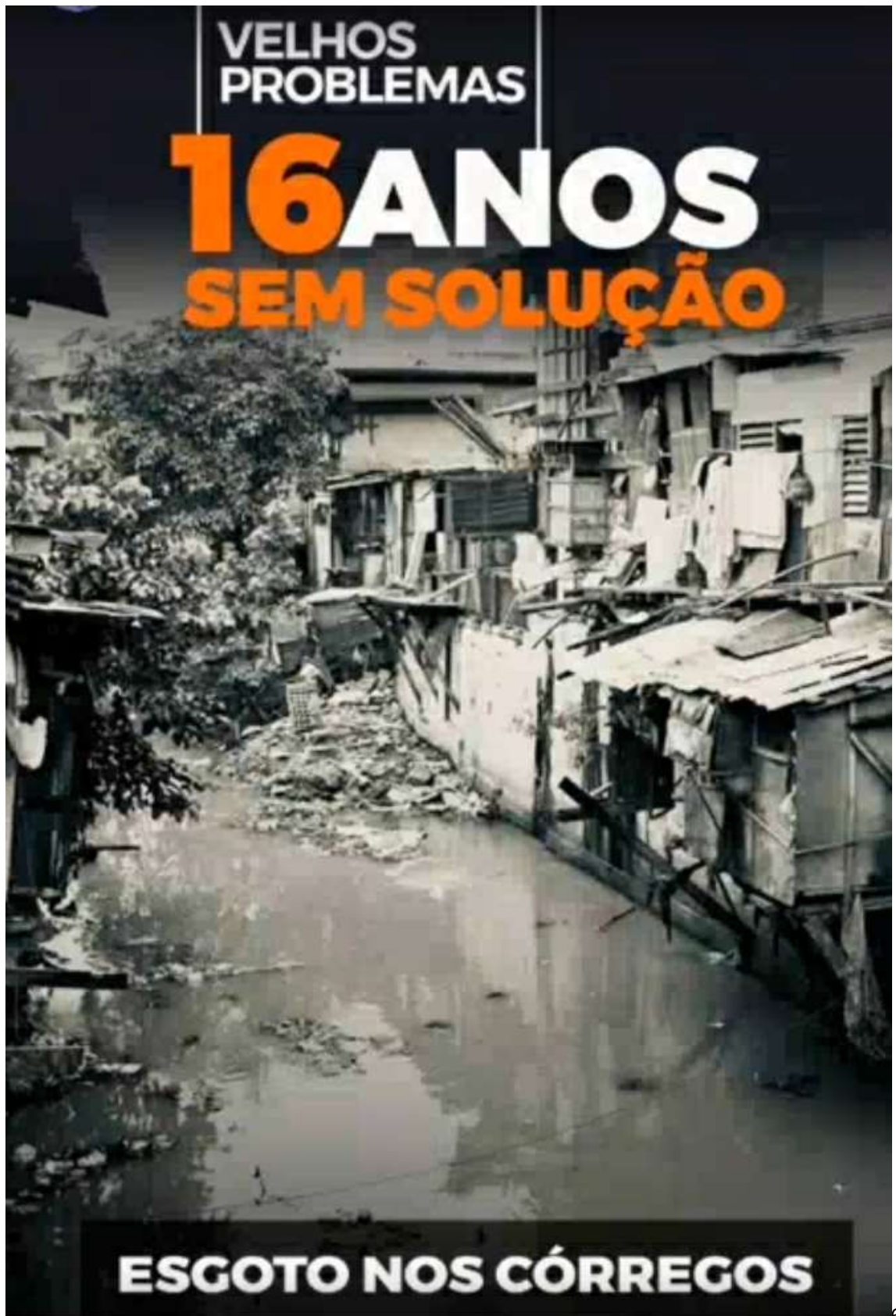


Não para por aí Excelência, oportunamente, trazemos à colação um terceiro vídeo de campanha eleitoral (Anexo IV), divulgado nos mais diversos grupos do aplicativo *Whatsapp* em Lauro de Freitas, contendo o multicitado jingle “oficial” da campanha do Representado e imagens constante das suas redes sociais: Vejamos:

VAMOS DAR

BASTA !

LAURO DE FREITAS





Ora Excelência, analisando os vídeos ora apresentados, vê-se que os estes, inequivocamente não foram produzidos sem custos para apresentar propostas, ideias ou posicionamentos pessoais do pré-candidato. Trata-se, pois, de vídeos evidentemente profissionais típicos de campanha, contendo computação gráfica, narrador, *jingle*, *back voices* e slogan de campanha, **que a toda evidência envolvem custos para sua produção.**

7



Consabido que a produção de vídeos profissionais nos referidos moldes, envolvendo arrecadação e gasto de recursos, como ocorre ordinariamente nas campanhas eleitorais, não estando a referida hipótese amparada nas ressalvas contidas no art. 36-A da Lei nº 9.504/97, como será demonstrado a seguir.

É despiciendo realçar que tais atos ferem de morte no art. 36 da Lei das Eleições impõe restrições de ordem temporal ao início das campanhas eleitorais. Vejamos:

Art. 36. A propaganda eleitoral somente é permitida após o dia **15 de agosto do ano da eleição.**

Não só isso Excelência, para que se proceda com gastos eleitorais o candidato deverá, dentre outras coisas, ser previamente escolhido em convenção, a teor do art. 8º da Lei Federal nº 9.504/97, *verbis*:

Art. 8º A escolha dos candidatos pelos partidos e a deliberação sobre coligações deverão ser feitas no período de 20 de julho a 5 de agosto do ano em que se realizarem as eleições, lavrando-se a respectiva ata em livro aberto, rubricado pela Justiça Eleitoral, publicada em vinte e quatro horas em qualquer meio de comunicação.

Ainda há de ser observado que os gastos de campanha somente serão permitidos após o cumprimento do disposto nos art. 22, 22-A e seguintes da multirreferida norma, que, resumidamente, impõem ao candidato a obrigação de abrir conta bancária específica e CNPJ de campanha:



Art. 22. É obrigatório para o partido e para os candidatos abrir conta bancária específica para registrar todo o movimento financeiro da campanha.

.....
Art. 22-A. Os candidatos estão obrigados à inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ.

Por último, o art. 35 da Resolução nº 23.607/2019 do TSE, dispõe o que são considerados gastos de campanha. Vejamos:

ART. 35. SÃO GASTOS ELEITORAIS, sujeitos ao registro e aos limites fixados nesta Resolução (Lei nº9.504/1997, art. 26):

- I- confecção de material impresso de qualquer natureza, observado o tamanho fixado no § 20, inciso II do art. 37 e nos §§ 30 e 40 do art. 38, todos da Lei nº 9.504/1 997;
- II- propaganda e publicidade direta ou indireta, por qualquer meio de divulgação;
- III- aluguel de locais para a promoção de atos de campanha eleitoral;
- IV- despesas com transporte ou deslocamento de candidato e de pessoal a serviço das candidaturas;
- V- correspondências e despesas postais;
- VI- despesas de instalação, organização e funcionamento de comitês de campanha e serviços necessários às eleições, observadas as exceções previstas no § 61 do art. 35 desta Resolução;
- VII- remuneração ou gratificação de qualquer espécie paga a quem preste serviço a candidatos e a partidos políticos;
- VIII- montagem e operação de carros de som, de propaganda e de assemelhados;
- IX- realização de comícios ou eventos destinados à promoção de candidatura;
- X- produção de programas de rádio, televisão ou vídeo, inclusive os destinados à propaganda gratuita;

- XI- realização de pesquisas ou testes pré-eleitorais;
- XII- custos com a criação e a inclusão de páginas na internet e com o impulsionamento de conteúdos contratados diretamente de provedor da aplicação de internet com sede e foro no país;
- XIII- multas aplicadas, até as eleições, aos candidatos e partidos políticos por infração do disposto na legislação eleitoral
- XIV- doações para outros partidos políticos ou outros candidatos;
- XV- PRODUÇÃO DE JINGLES, VINHETAS E SLOGANS PARA PROPAGANDA ELEITORAL.**

Vê-se então que a regra permissiva do art. 36-A da Lei das Eleições não legitima, em período de pré-campanha, a veiculação de propaganda por formas e meios proscritos durante o período eleitoral.

Nesse sentido, colhe-se o seguinte ementado do Egrégio Tribunal Superior Eleitoral, *verbis*:

ELEIÇÕES 2018. RECURSO ESPECIAL ELEITORAL. ATOS DE PRÉ-CAMPANHA. DIVULGAÇÃO DE MENSAGEM DE APOIO A CANDIDATO. AUSÊNCIA DE PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTO. UTILIZAÇÃO DE OUTDOORS. MEIO INIDÔNEO. INTERPRETAÇÃO LÓGICA DO SISTEMA ELEITORAL. APLICABILIDADE DAS RESTRIÇÕES IMPOSTAS À PROPAGANDA ELEITORAL AOS ATOS DE PRÉ-CAMPANHA. CIRCUNSTÂNCIAS FÁTICAS QUE APONTAM PARA A CIÊNCIA DO CANDIDATO SOBRE AS PROPAGANDAS. RECURSO PROVIDO.

1. A realização de propaganda, quando desacompanhada de pedido explícito e direto de votos, não enseja irregularidade per se.
- 2. A interpretação do sistema de propaganda eleitoral aponta ser incompatível a realização de atos de pré-campanha que extrapolem os limites de forma e meio impostos aos atos de campanha eleitoral,**

sob pena de se permitir desequilíbrio entre os competidores em razão do início precoce da campanha ou em virtude de majorada exposição em razão do uso desmedido de meios de comunicação vedados no período crítico.

3. A despeito da licitude da exaltação de qualidades próprias para o exercício de mandato ou a divulgação de plataformas de campanha ou planos de governo, **RESTA CARACTERIZADO O ILÍCITO ELEITORAL QUANDO O VEÍCULO DE MANIFESTAÇÃO SE DÁ PELA UTILIZAÇÃO DE FORMAS PROSCRITAS DURANTE O PERÍODO OFICIAL DE PROPAGANDA**

4. As circunstâncias fáticas, do caso ora examinado, de maciço uso de outdoors em diversos Municípios e de expressa menção ao nome do candidato permitem concluir a sua ciência dos atos de pré-campanha, conforme exigência do art. 36, § 3º da Lei das Eleições. 5. A realização de atos de pré-campanha por meio de outdoors importa em ofensa ao art. 39, §8º da Lei nº 9.504/97 e desafia a imposição da multa, independentemente da existência de pedido explícito de voto. 6. Recurso especial eleitoral provido.

(Recurso Especial Eleitoral nº 060022731, Acórdão, Relator(a) Min. Edson Fachin, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Tomo 123, Data 01/07/2019)

Destarte, consoante exposto, é possível inferir a existência de e dois limites mínimos à propaganda eleitoral antecipada, em face da interpretação sistemática do art. 36-A com os demais dispositivos da Lei nº9.504/97, quais sejam:

O primeiro, relativo a não admissão dos atos de propaganda típicos de campanha que envolvem arrecadação e gasto de recursos, não ressalvados nos incisos do art. 36-A, que tenham conteúdo eleitoral, mesmo que não contenham pedido explícito de voto.

O segundo, não se admitindo na pré-campanha formas de propaganda com conteúdo eleitoral que são vedadas na campanha, ainda que não contenham pedido explícito de voto.

In casu, temos configurada a ofensa ao primeiro limite acima elencado, não admissão dos atos de propaganda típicos de campanha, vez que a produção de jingles, vinhetas e slogans para propaganda eleitoral, nos termos disciplinados no art. 35, XV da Resolução nº 23.607 do TSE, são **ATOS E GASTOS TÍPICOS DE CAMPANHA ELEITORAL**.

Com efeito, a prática de atos característicos de campanha eleitoral, **especialmente aqueles em hajam aporte de recursos financeiros**, antes do período indicado constituem ilícito denominado de abuso de poder econômico.

Note Excelência, em que pese admitir-se a autopromoção dos pretensos candidatos, **a legislação de regência não permite que os atos de pré-campanha ocasionem o aporte de recursos financeiros pelos pré-candidatos**, justamente porque todo gasto de campanha deve ser registrado e analisado pela Justiça Eleitoral, o que só pode ocorrer após o registro de candidatura, através da conta de campanha, com o cumprimento de todas as formalidades legais exigidas pela legislação eleitoral.

Nesse diapasão, colhe-se o seguinte julgado:

ELEIÇÕES 2016. RECURSO ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. PEDIDO DE VOTO CARACTERIZADO. REALIZAÇÃO DE GASTOS. ANTECIPAÇÃO DA CAMPANHA ELEITORAL. DESPROVIMENTO.

4. Os atos de pré-campanha não devem envolver a realização de gastos pelos pré-candidatos, pois não se poderia conceber que no

processo eleitoral fossem vertidos recursos que escapassem do salutar controle da Justiça Eleitoral, e, conseqüentemente, da sociedade. DEMAIS DISSO, A REALIZAÇÃO DE TAIS GASTOS VAI DE ENCONTRO À MENTALIDADE ELEITORAL, QUE BUSCAM DIMINUIR O IMPACTO DO PODER ECONÔMICO NAS ELEIÇÕES, AUMENTANDO, ASSIM, O EQUILÍBRIO ENTRE OS CANDIDATOS, NA ESTEIRA DO QUE DISPÕE A CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA EM SEU ART. 14,§9º.

(TRE-RJ – RE: 2687 NITERÓI-RJ, Relator: Cristina Serra Feijó, Data de Julgamento: 13/12/2017, Data de Publicação: DJERJ Tomo 302, Página 23/27)

Conforme bem assentado pelo Egrégio Tribunal Regional Eleitoral do Rio de Janeiro, há de se ter limites formais e materiais aos atos de pré-campanha, máxime no que cerne ao controle financeiro dos gastos decorrentes de tais atos.

Interpretando sistematicamente a legislação de regência, com vistas a impedir o abuso do poder econômico por pretensos concorrentes, chega-se à conclusão de que os pré-candidatos devem adequar seus atos aos limites da propaganda eleitoral, nos termos dispostos nos artigos 37 a 39 e 43 a 57 da Lei Federal nº 9.504/97, que impõe restrições de lugar, forma e conteúdo.

Novamente frise-se que a arrecadação e aplicação de recursos financeiros somente é permitida durante a campanha, ou seja, depois do registro de sua candidatura, cujo os recursos devem ser movimentados através de conta especificamente aberta para tal finalidade.

Tais imposições decorrem do fato de que aos partidos políticos e/ou (pré) candidatos submetem-se ao controle e fiscalização da Justiça Eleitoral, a qual, conforme amplamente sabido, deve prezar pela higidez do processo eleitoral.

Note Ilmo. Julgador, acaso os atos de pré-campanha não se submetessem aos limites de gastos, estar-se-ia absurdamente permitindo que aqueles portadores de vasto potencial econômico despejassem vultuosos montantes de dinheiro antes do início da disputa, largando em evidente vantagem em relação aos demais, e , posteriormente, quando do início do processo eleitoral, adotasse atos moderados dando a falsa impressão de que o processo fora hígido.

Nesse diapasão, o Ilmo. Min. Og Fernandes, brilhantemente asseverou, *verbis*:

Outro aspecto a se destacar é o inegável benefício inerente à estruturação de uma campanha eleitoral de forma antecipada, em que até mesmo o teor das peças publicitárias é discutido adredemente entre os interessados.

Definir, de antemão, os pontos de destaque da biografia do pré-candidato que mais agrada a população, a forma como esses pontos serão realçados, a definição antecipada do slogan e do jingle, **TUDO ISSO CARREGA, EM SI, VANTAGENS QUE OS DEMAIS CONCORRENTES DIFICILMENTE CONSEGUIRÃO SUPERAR, SALVO SE TAMBÉM OPTAREM PELA ANTECIPAÇÃO DA CAMPANHA. (GRIFO)**³

Destarte, com vistas a preservar a essencial coerência, integridade e unidade sistêmica do ordenamento positivo, não se pode permitir que um pré-candidato, seja ele que for, utilize todo o potencial econômico que lhe é inerente sem que sejam estabelecidos limites a sua atuação, sob pena de desvirtuar o

³RO - Recurso Ordinário nº 060161619 - CUIABÁ – MT- Acórdão de 10/12/2019; Relator(a) Min. Og FernandesDJE - Diário de justiça eletrônico, Tomo 244, Data 19/12/2019

pleito, ganhando a pré-campanha dimensão maior que as campanhas propriamente, as quais se transformariam em um momento secundário.

Destarte, resta evidenciado a legitimidade passiva do Representado.

II. DA GRAVIDADE DA CONDUTA

Como não admitir o impacto da ação dos investigados no equilíbrio da disputa eleitoral? É óbvio que a ação ilícita, conforme arquitetada tem o intuito precípua desequilibrar a disputa eleitoral influenciando no resultado do pleito.

A verdade é que ao custear a produção de *jingles*, vinhetas e congêneres, o pré-candidato praticou conduta que efetivamente desequilibra a eleição, já que os outros pretensos candidatos que respeitaram a norma legal não utilizaram de tal ardil.

Outrossim, a produção e distribuição profissional de conteúdos por mídias digitais, em razão da conhecida capilaridade da rede mundial de computadores, é situação de igual gravidade, especialmente pelo fato de que uma vez veiculados torna-se hercúlea a retirada de tais conteúdo.

A Justiça Eleitoral não pode fechar os olhos para uma ilegalidade de tamanha monta. Não há dúvida de que essa atitude interfere no imaginário coletivo, produzindo a sensação de superioridade de uma candidatura em relação às demais, desequilibrando o pleito em favor do infrator da legislação eleitoral.

III. DA QUEBRA DO SIGILO BANCÁRIO DO REPRESENTADO

Consoante acima exposto, o Representado despendeu direta ou indiretamente recursos financeiros para produção e divulgação dos vídeos e *jingles* e execução dos demais ilícitos acima delineados.

Tais valores, em razão da própria clandestinidade das condutas e da ausência de conta bancária específica aberta em nome do Representado ou do partido político ao qual o mesmo deve estar filiado, não são de conhecimento da coletividade.

Ocorre que, até mesmo como desdobramento do quanto narrado e pleiteado na presente Representação, é imperioso ter conhecimento da efetiva quantidade de recursos despendido pelo Representado, seja para fins de arbitramento de multa, seja para fins de controle do teto de gastos ao qual subordinam-se todos os concorrentes na disputa eleitoral.

Com efeito, para que se tenha noção da extensão do prejuízo infringido à disputa, faz necessário a quebra do sigilo bancário do Representado.

Nesse sentido, é imperioso destacar que o Tribunal Superior Eleitoral, recentemente, vem impondo tais medidas para fins de verificação de controvérsias similares ao caso em comento. Vejamos:

“A existência de indícios de abuso de poder econômico consistente na arrecadação e dispêndio de recursos decampanha eleitoral não contabilizados, bem como a **necessidade de se aferir a verdadeira origem e destino dos recursos utilizados na pré-campanha, são motivos suficientes para determinar a quebra dos sigilos bancários**



dos representados a fim de elucidar por completo a controvérsia verificada nas demandas propostas.” (GRIFO)⁴

Ademais, cumpre-nos ainda destacar que, conforme já há muito assentado pela jurisprudência pátria, o sigilo financeiro dos indivíduos não pode ser compreendido como “um direito absoluto, sendo possível mitigar sua proteção quando presentes circunstâncias que denotem a existência de interesse público relevante”⁵.

Ora Excelência, *in casu*, não poderia haver interesse público mais salutar que a higidez do processo eleitoral, especialmente por se tratar este de condição *sinequa non* à democracia.

Sendo assim, acaso o Representado ofereça resistência à remessa das informações necessárias à solução da controvérsia posta a apreciação, impõe-se a quebra do sigilo financeiro do Denunciado entre 01 de Janeiro de 2019 até a presente data, por se tratar do período em que o mesmo executou os atos ora narrados.

IV. DO PEDIDO LIMINAR

Admite-se a concessão de medidas liminares em sede de Representação Eleitoral, seja em caráter de urgência ou evidência, desde que preenchidos os requisitos constantes do art. 300 e 311, do Código de Processo Civil, conforme o caso.

In casu, consoante exposto acima, verifica-se que a existência do *fumus boni iuris* decorre do próprio caráter irregular da propaganda, *máxime*, pelo fato da

⁴RO - Recurso Ordinário nº 060161619 - CUIABÁ – MT- Acórdão de 10/12/2019; Relator(a) Min. Og FernandesDJE - Diário de justiça eletrônico, Tomo 244, Data 19/12/2019

⁵STJ, HC 349.945/PE, redator para acórdão Min. Rogério Schiatti Cruz, 6ª Turma, DJE de 2/2/2017

utilização de recursos financeiros sem a indicação de sua origem e a devida prestação de contas, sendo evidente o abuso do poder econômico do Representado.

O *periculum in mora*, ao seu turno, decorre do fato dos folhetos estarem sendo entregues a um sem número de munícipes, interferindo, conforme dito, no imaginário popular e desequilibrando o pleito em favor do Representado.

Ademais, não olvidemos que a suspensão da confecção e distribuição dos encartes é medida que se impõe com brevidade para que cada vez menos eleitores a visualizem e acabem influenciados por meios ilícitos de propaganda, o que, repise-se, causaria grave desequilíbrio na disputa eleitoral, em ofensa ao princípio da isonomia.

Requer, assim, **LIMINARMENTE**, que esse MM. Juízo Eleitoral determine ao Representado a imediata **SUSPENSÃO DA PRODUÇÃO E DIVULGAÇÃO** dos aludidos vídeos e *jingles*, **ATÉ O FINAL DA LIDE** ou ainda até o dia 15 de Agosto do corrente ano, data esta em que inicia-se a campanha eleitoral, vez que presentes os pressupostos para a medida, qual seja a fumaça do bom direito e o perigo na demora, bem como que **DETERMINE** que o Representado remeta a este MM. Juízo informações acerca dos profissionais contratados para tal finalidade e os valores eventualmente despendidos, sob pena de quebra do seu sigilo financeiro.

Requer ainda que este MM. Juízo **DETERMINE** que FACEBOOK SERVIÇOS ONLINE DO BRASIL LTDA, sociedade limitada, inscrita no CNPJ/MF sob nº 13.347.016/0001-17, com sede na Cidade de São Paulo/SP, na Rua Leopoldo Couto de Magalhães Junior, nº 700, 5º andar, Itaim Bibi, CEP 04542-000, proceda a retirada IMEDIATA do ar das URL's



<https://www.facebook.com/TeobaldoCostaOficial/videos/884926798610382/> e <https://www.facebook.com/TeobaldoCostaOficial/videos/489041561773963/>, sob pena de multa diária não inferior ao montante de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) por eventual descumprimento.

V. DOS PEDIDOS

Por todo o exposto, requer:

A. Determine que o Representado se abstenha de praticar qualquer ato de propaganda antecipada, vedada pela legislação de regência, bem como traga ao processo informações acerca dos profissionais contratados para produção e distribuição de tais vídeos e jingles, bem como os valores porventura gastos, no prazo de 10 (dez) dias, sob pena de multa diária não inferior ao montante de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) por eventual descumprimento;

B. A notificação do FACEBOOK SERVIÇOS ONLINE DO BRASIL LTDA para que proceda a retirada IMEDIATA do ar das URL's <https://www.facebook.com/TeobaldoCostaOficial/videos/884926798610382/> e <https://www.facebook.com/TeobaldoCostaOficial/videos/489041561773963/>; sob pena de multa diária não inferior ao montante de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) por eventual descumprimento.

C. Seja, ao final, julgada procedente a presente Representação, com a condenação do Representado na pena prevista no § 3º do art. 36 da Lei 9.504/97 e artigo 1º, § 4º da Resolução TSE nº 23.610/2019.



D. Intimação do Ministério Público como *custus legis*, requerendo ainda ao ilustre representante do *parquet*, que após o registro da respectiva candidatura, se digne a promover a competente Ação de Investigação Eleitoral, pelos motivos aqui elencados, sem prejuízo das providências a serem adotadas pelas partes.

Protesta provar o alegado por todos meios em direito admitidos, especialmente com provas orais e documentais anexas, sem prejuízos de outras obtidas durante o transcurso do feito.

Nestes termos,

Pede deferimento.

Lauro de Freitas/BA, 4 de março de 2020.

JOÃO CLYMACO
OAB/BA nº 10.930