



**PODER JUDICIÁRIO**  
**JUSTIÇA ELEITORAL**  
**TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE ALAGOAS**  
Recurso Eleitoral na Representação nº 285-81.2010.6.02.0000 - Classe 42

**ACÓRDÃO Nº 6.600**  
(21/06/2010)

**Recurso Eleitoral na Representação nº 285-81.2010.6.02.0000 – Classe 42**

**Recorrente: MINISTÉRIO PÚBLICO ELEITORAL**  
**Recorrido: AUGUSTO CÉSAR CAVALCANTE FARIAS**  
**Advogados: JOSÉ FRAGOSO CAVALCANTI**  
**Relator: Juiz Sebastião José Vasques de Moraes**

**EMENTA.** RECURSO ELEITORAL. REPRESENTAÇÃO. ADESIVOS. MENÇÃO. NOME. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. CONFIGURAÇÃO. RECURSO A QUE SE DÁ PROVIMENTO.

1. A aposição de adesivos em veículos automotores, mesmo que contendo tão-somente o nome do recorrido, sem outro elemento que aluda ao pleito eleitoral que se avizinha, configura-se em propaganda eleitoral antecipada;
2. A utilização de técnicas de marketing, evidentemente gestadas para incutir no eleitor a lembrança do nome do ocupante de cargo eletivo, fora do período estipulado pela legislação, desiguala a disputa eleitoral;
3. Recurso a que se dá provimento.

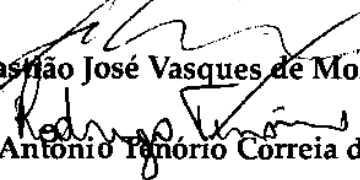
Vistos, relatados e discutidos os presentes autos, **ACORDAM** os Juízes do Tribunal Regional Eleitoral de Alagoas, à unanimidade de votos, em conhecer do recurso e, no mérito, por maioria, dar-lhe provimento, vencidos os Juízes Ivan Vasconcelos Brito Júnior, Francisco Malaquias de Almeida Júnior e Luciano Guimarães Mata, nos termos do voto do Relator.

Sala de Sessões do Tribunal Regional Eleitoral de Alagoas.

Maceió, 21 de junho de 2010. †

  
Des. Estácio Luiz Gama de Lima – Presidente

Juiz Sebastião José Vasques de Moraes – Relator

  
Rodrigo Antônio Tenório Correia da Silva – Procurador Regional Eleitoral



**PODER JUDICIÁRIO**  
**JUSTIÇA ELEITORAL**  
**TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE ALAGOAS**  
**Recurso Eleitoral na Representação nº 285-81.2010.6.02.0000 - Classe 42**

**RELATÓRIO**

Cuida-se de recurso eleitoral, em sede de representação, interposto pelo **MINISTÉRIO PÚBLICO ELEITORAL** em face de **AUGUSTO CÉSAR CAVALCANTE FARIAS**, objetivando a reforma da decisão monocrática definitiva que julgou improcedente a representação formulada pelo *Parquet*, pela suposta realização de propaganda eleitoral antecipada, ainda que de forma dissimulada, com a distribuição de material vedado (adesivos para automóveis).

Argumentou o MPE, ainda, em suas razões recursais (fls. 69/74), acerca da utilização de recursos da teoria do marketing pelo recorrido, consistentes numa tentativa de formar no eleitorado uma percepção subliminar de suas intenções veladas de candidatura ao pleito eleitoral que se avizinha.

O recorrido apresenta contrarrazões às fls. 77/85, sustentando a inocorrência da propaganda antecipada irregular, haja vista que a veiculação de adesivos tão somente com o nome e/ou com as iniciais de pré-candidato, sem qualquer símbolo ou elemento subjetivo que indique o ânimo de aliciar o voto do eleitor, não pode ser considerado como propaganda eleitoral antecipada e irregular, mas sim ato de mera promoção pessoal.

Assevera, mais, que, da mensagem tida por irregular, não se extrai, sequer de forma tangente ou subliminar, qualquer referência à eleição vindoura ou plataforma política, ou qualquer outro elemento que induza o eleitor a concluir que o candidato é o mais apto a exercer determinado mandato eletivo.

É, em síntese, o relatório.



**PODER JUDICIÁRIO**  
**JUSTIÇA ELEITORAL**  
**TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE ALAGOAS**  
**Recurso Eleitoral na Representação nº 285-81.2010.6.02.0000 - Classe 42**

**VOTO**

Senhor Presidente, impende assinalar que o recurso é adequado, foi manejado tempestivamente e interposto por parte legítima, que possui manifesto interesse recursal.

De início, é de ressaltar que, para conhecer os atributos e se ter acesso aos predicados dos candidatos a cargos eletivos, suas metas, projetos de governo, idealismo e compromissos assumidos para um futuro exercício da função pública, é disponibilizada a propaganda eleitoral.

Tal liberalidade, contudo, rege-se por alguns princípios e regras que, se desrespeitados, podem caracterizar propaganda eleitoral vedada por lei.

A primeira regra a ser observada é que *"a propaganda eleitoral somente é permitida após o dia 5 de julho do ano da eleição"* (art. 36, caput, da Lei nº 9.504/97), ficando o infrator de tal regra (o responsável pela propaganda e/ou o seu beneficiário) sujeito às multas descritas no parágrafo 3º do art. 36 da Lei das Eleições, sem prejuízo da cassação da elegibilidade do candidato-beneficiário, apurada a conduta (irregular) na forma dos arts. 19 e 22 da Lei Complementar nº 64/90, se configurado o abuso do poder econômico, político, ou utilização indevida dos meios de comunicação.

Outro princípio a ser respeitado é o da isonomia, que visa garantir iguais condições no certame entre os candidatos, pois não há dúvidas que o pré-candidato que respeita a lei eleitoral é seriamente prejudicado por aquele com maior potencial econômico e que se utiliza da distribuição maciça de adesivos, de notícias "plantadas" em jornais e na mídia, enaltecendo o seu nome e lançando sua imagem previamente ao período autorizado para a propaganda eleitoral, daí porque a Justiça Eleitoral precisa ficar atenta para coibir os abusos da propaganda eleitoral extemporânea e não se deixar influenciar por argumentos que buscam mascarar-la de propaganda partidária, de divulgação das atividades parlamentares e/ou institucionais, de mera promoção pessoal ou de mero exercício dos direitos constitucionais previstos no art. 5º, incisos IV e IX, da Carta Magna, que protegem a liberdade de expressão e de comunicação.

A Lei Eleitoral não pretende de forma alguma impedir o direito de informar e de ser informado, mas sim prestigiar o princípio da igualdade e da universalidade do sufrágio, previsto no art. 14 da Constituição Federal de 1988. Tal possibilidade, contudo, não exclui a apuração de eventuais abusos ou excessos da realização de propaganda extemporânea.

É preciso, de logo, deixar claro que não é todo tipo de propaganda (realizada antes do período permitido legalmente) que pode ser considerada como propaganda



**PODER JUDICIÁRIO**  
**JUSTIÇA ELEITORAL**  
**TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE ALAGOAS**  
**Recurso Eleitoral na Representação nº 285-81.2010.6.02.0000 - Classe 42**

eleitoral antecipada. É que a jurisprudência do TSE tolera a propaganda que não faz menção direta às eleições, que não aponta partido, ano das eleições, cargo que se pretende disputar e número de candidato, ou quando não há pedido explícito de votos, por entender que, nestes casos, o que se configura é a mera promoção pessoal.

Segundo o TSE: "*Para a configuração de propaganda eleitoral extemporânea são necessárias: menção à candidatura; menção ao futuro pleito eleitoral e a alusão à ação política a ser desenvolvida ou às razões que levem o eleitor a crer que o beneficiário ou o autor da propaganda seja o mais indicado ao cargo*". (AgRgAg. Nº 5.120/RS, rel. Min. Gilmar Mendes, DJ de 23.09.05).

Tal entendimento, contudo, deve ser considerado com ressalvas, até porque o princípio constitucional informativo de todo o sistema é o da proporcionalidade, isso significando dizer que se houver aparição descomunal de elemento da sociedade em reuniões públicas na condição de pré-candidato, panfletagem em larga escala, diversos carros adesivados, incessante apoio de governantes e aliados, promoções na rádio e televisão com conotações nitidamente políticas, disso deflui a existência de propaganda extemporânea, que pode ser explícita ou dissimulada<sup>1</sup>, mas que em ambos os casos deve ser coibida.

Nesse passo, a própria jurisprudência do TSE é expressa ao ressaltar como "*(...) ato de propaganda eleitoral aquele que leva ao conhecimento geral, ainda que de forma dissimulada, a candidatura, mesmo que apenas postulada, a ação política que se pretende desenvolver ou razões que induzam a concluir que o beneficiário é o mais apto ao exercício de função pública*", cf. REsp nº 15.732/MA, DJ de 07.05.99, rel. Min. Eduardo Alckmin.

Em outras palavras, o próprio TSE já tem reconhecido que, para a caracterização de propaganda extemporânea, não é necessário que a mensagem seja objetiva em relação às eleições e ao pretendo candidato, nem muito menos que o candidato seja claro na sua intenção de concorrer a um cargo público, com o pedido expresso de votos.

Entretanto, para que não se cometam injustiças, faz-se necessário a análise de todo o contexto em que a propaganda é divulgada, pois só assim é que se poderá aferir se estamos (ou não) diante de propaganda eleitoral prematura, explícita ou camuflada. É dizer: o texto ou pronunciamento deve ser confrontado no cotejo com outras circunstâncias, tais como imagens, fotografias, meios, número, cor e alcance da divulgação (REsp nº 19.905/GO, DJ de 22.08.03, rel. Min. Fernando Neves, e REsp nº

<sup>1</sup> A propaganda dissimulada, indireta, disfarçada ou sugerida "*é a mais cara, mais elaborada e supõe o envolvimento de pessoas especializadas em marketing e em burlar a lei ou em encontrar vazios em seus dispositivos. Essa propaganda sugerida lança o nome ou símbolo do candidato, mas não faz referência à eleição*". (CONEGLIAN, Olivar. Lei das Eleições Comentada. Curitiba: Juruá, 2006, p. 199).



**PODER JUDICIÁRIO**  
**JUSTIÇA ELEITORAL**  
**TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE ALAGOAS**  
**Recurso Eleitoral na Representação nº 285-81.2010.6.02.0000 - Classe 42**

26.494, de 26.6.2008, Rel. Min. Marcelo Ribeiro).

A mera divulgação do nome e do trabalho desenvolvido em um contexto isolado, sem referências as eleições vindouras, com certeza não caracteriza, por si só, a tão famigerada propaganda eleitoral antecipada.

De todo modo, deve ser ponderado, de outro lado, o direito a liberdade de expressão do pré-candidato e a livre manifestação da imprensa. Por essa razão, a aplicação do princípio da razoabilidade ou proporcionalidade neste ponto também é a base da avaliação, e deve ser feita a cada caso, sopesando, assim, a quantidade e o conteúdo de inserções que são consideradas *contra legem*.

Nesse passo, a atuação da Justiça Eleitoral deve se dar de forma preventiva, com aplicação de medidas inibitórias, a preservar o princípio da igualdade entre os pré-candidatos e evitar o abuso na divulgação antecipada de propaganda (institucional ou eleitoral), sem, contudo, manietar o livre direito de expressão do cidadão ou da imprensa<sup>2</sup>.

Por fim, de posse dos elementos configuradores da propaganda eleitoral extemporânea – *menção à candidatura, menção ao futuro pleito eleitoral e a alusão à ação política a ser desenvolvida, ou às razões que levem o eleitor a crer que o beneficiário ou o autor da propaganda seja o mais indicado ao cargo* – e tendo como base o princípio da proporcionalidade e as ressalvas apontadas anteriormente, passo à análise do caso concreto.

Sobre a matéria, entendo que até mesmo a simples menção a um nome de pré-candidato, regularmente filiado a partido político e notoriamente conhecido como potencial candidato, já é suficiente para a caracterização de propaganda eleitoral extemporânea.

E assim penso por várias razões.

Primeiro, porque, segundo Philip Kotler e Gary Armstrong, “a utilização habilidosa do marketing de pessoas pode transformar o nome de uma pessoa em uma marca poderosa”<sup>3</sup>, que pode ser identificada não somente através de um nome, “mas tudo (ou qualquer coisa) que faça os consumidores identificá-la: cor, som, identidade

<sup>2</sup> Nestes termos, o egrégio Tribunal Superior Eleitoral pontificou que “os limites impostos à propaganda eleitoral visam a assegurar a regra isonômica norteadora do processo eleitoral, não implicando violação à livre manifestação do pensamento (...)”. (TSE, RESPE nº 21.656, DJU de 24.8.2004, Rel. Min. Peçanha Martins).

<sup>3</sup> **Princípios de Marketing**. 12a. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007, p. 203.



**PODER JUDICIÁRIO  
JUSTIÇA ELEITORAL**

**TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE ALAGOAS**

**Recurso Eleitoral na Representação nº 285-81.2010.6.02.0000 - Classe 42**

*corporativa, símbolo, desenho, slogan, até a fonte utilizada*"<sup>4</sup>. Se assim é, e se, de acordo com essa mesma Teoria do Marketing, "o nome pode estimular certas associações e emoções", podendo o profissional de marketing "decidir em que nível desenvolver a mensagem e o apelo"<sup>5</sup>, que podem inclusive ser através da percepção subliminar, é bastante razoável a ilação de que o eleitor, ao ver, estampado em um adesivo, cartaz ou outdoor, o nome de pré-candidato, sua marca e/ou seu logotipo, com símbolos e cores características, já automaticamente liga este nome ao cargo disputado e às eleições vindouras.

Segundo, porque a divulgação maciça de adesivos em veículos em ano eleitoral já quebra o procedimento isonômico garantido a todos os candidatos, gerando desigualdade dos meios de disputa, sem falar que tal fato (a divulgação antecipada de adesivos) gera despesas que não serão contabilizadas como gastos de campanha na prestação de contas que deverá ser apresentada à Justiça Eleitoral, malferindo o princípio da transparência nos gastos eleitorais.

Terceiro, porque a interpretação mais restritiva quanto ao direito de expressão e à necessidade de informação do eleitor é plenamente justificável porque, aqui, o que se visa garantir é a isonomia entre os candidatos, que será sensivelmente prejudicada se se permitir, em ano eleitoral, a divulgação antecipada de nomes de pré-candidatos em detrimento dos outros que respeitam a legislação.

E, finalmente, porque num estado como Alagoas e/ou numa cidade pequena como Maceió, onde todo mundo se conhece e onde é público e notório quem são os potenciais candidatos e quais os cargos políticos a que concorrem nas eleições, é de fácil percepção que a divulgação de adesivos com nome de pré-candidato, em época vedada e coincidentemente em ano de eleições, é mais do que suficiente para despertar, automaticamente, até ao mais distraído eleitor, a figura pessoal do pré-candidato e a intenção, quase explícita, ainda que de forma dissimulada, de dar impulso à sua futura candidatura, induzindo o eleitor a concluir que ele (o detentor da marca/nome divulgado) é o mais apto para exercer a função.

Pelas razões acima e porque presentes todos os seus requisitos, entendo como perfeitamente caracterizada a propaganda eleitoral extemporânea, que é feita de forma implícita e subliminar.

Ante o exposto, voto no sentido de conhecer do recurso e, no mérito, dar-lhe provimento, reformando a decisão singular.

<sup>4</sup> IRIGARAY, Hélio Arthur e outros. *Gestão e desenvolvimento de produtos e marcas*. Rio de Janeiro: FGV, 2006, p. 109.

<sup>5</sup> KOTLER, Philip e KELLER, Kevin. *Administração de Marketing*. Trad. Mônica Rosenberg, Brasil Ramos Fernandes, Cláudia Freire. 12a. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006, p. 183.



**PODER JUDICIÁRIO**  
**JUSTIÇA ELEITORAL**  
**TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE ALAGOAS**  
**Recurso Eleitoral na Representação nº 285-81.2010.6.02.0000 - Classe 42**

De consequência, **CONDENO** o representado, Sr. Augusto César Cavalcante Farias, ao pagamento da multa (mínima) de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), nos termos do art. 36, § 3º, da Lei nº 9.504/97<sup>6</sup>, com a redação dada pela Lei nº 12.034/09.

É como voto.

Maceió, 21 de junho de 2010.

  
**SEBASTIÃO JOSÉ VASQUES DE MORAES**  
*Juiz Substituto do TRE-AL e Auxiliar da Propaganda*

<sup>6</sup> § 3º da Lei nº 9.504/97, com a redação dada pela Lei nº 12.034/09: "A violação do disposto neste artigo sujeitará o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado o seu prévio conhecimento, o beneficiário à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), ou ao equivalente ao custo da propaganda, se este for maior".



**PODER JUDICIÁRIO  
JUSTIÇA ELEITORAL  
TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE ALAGOAS  
SECRETARIA JUDICIÁRIA  
COORDENADORIA DE ACOMPANHAMENTO E REGISTROS PLENÁRIOS**

CERTIDÃO DE CONFERÊNCIA E PUBLICAÇÃO

Certifico que o Acórdão nº 6.600, de 21/06/10, foi conferido na 40ª sessão, realizada em 23/06/10, e publicado no Diário Eletrônico da Justiça Eleitoral de Alagoas nº 114, em 30/06/2010, à(s) fl(s). 03. Eu, Luciano N, lavrei a presente certidão, em Maceió, em 1º/07/2010, que vai assinada pela Coordenadora de Acompanhamento e Registros Plenários.

PL HB

\_\_\_\_\_  
Coordenadora de Acompanhamento e  
Registros Plenários



**Tribunal Regional Eleitoral de Alagoas**

**CERTIDÃO DE JULGAMENTO**

**Agravo Regimental na Representação Nº  
285-81.2010.6.02.0000**

**Prot. 5.344/2010**

**ORIGEM: ARAPIRACA - AL**

**JULGADO EM: 21/06/2010 (SESSÃO Nº 47/2010)**

**RELATOR: JUIZ SEBASTIÃO JOSÉ VASQUES DE MORAES**

**PRESIDENTE DA SESSÃO: Des. ESTÁCIO LUIZ GAMA DE LIMA**

**PROCURADOR REGIONAL ELEITORAL: DR. RODRIGO ANTÔNIO TENÓRIO CORREIA  
DA SILVA**

**SECRETÁRIO: JOÃO RAMALHO DA SILVA FILHO**

**AUTUAÇÃO**

**AGRAVANTE(S) : MINISTÉRIO PÚBLICO**  
**AGRAVADO(S) : AUGUSTO CÉSAR CAVALCANTE FARIAS**  
**ADVOGADO : José Fragozo Cavalcanti**

**DECISÃO**

Acordam os Juízes do Tribunal Regional Eleitoral de Alagoas, à unanimidade de votos, em conhecer do recurso e, no mérito, por maioria, vencidos os Drs. Francisco Malaquias, Luciano Guimarães e Ivan Brito, dar-lhe provimento, nos termos do voto do Relator. O Exmo Des. Presidente proferiu voto de Minerva. (Acórdão n.º 6.600, de 21.06.10)

Presidência do Excelentíssimo Senhor Desembargador ESTÁCIO LUIZ GAMA DE LIMA. Presentes os Exmos. Srs. Juízes: Des. ORLANDO MONTEIRO CAVALCANTI MANSO, Drs. SEBASTIÃO JOSÉ VASQUES DE MORAES, IVAN VASCONCELOS BRITO JÚNIOR, MANOEL CAVALCANTE DE LIMA NETO, FRANCISCO MALAQUIAS DE ALMEIDA JUNIOR e LUCIANO GUIMARÃES MATA, bem como o eminente Procurador Regional Eleitoral, Dr. RODRIGO ANTÔNIO TENÓRIO CORREIA DA SILVA. Ausente em razão de férias a Exma. Sra. Dra. ANA FLORINDA MENDONÇA DA SILVA DANTAS.

Por ser verdade, firmo a presente.  
Maceió, 21 de junho de 2010.

  
**CLICIANE DE HOLANDA FERREIRA CALHEIROS**  
Coordenadora de Acompanhamento e Registros Plenários