



PODER JUDICIÁRIO

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE ALAGOAS

RECURSO ELEITORAL(11548) Nº 0600272-88.2024.6.02.0017

PODER JUDICIÁRIO

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL

RECURSO ELEITORAL (11548) - 0600272-88.2024.6.02.0017 - São Luís do Quitunde - ALAGOAS

RELATOR: Desembargador RODRIGO MALTA PRATA LIMA

RECORRENTE: COLIGAÇÃO SÃO LUÍS DE TODOS NÓS

Advogados do(a) RECORRENTE: RUBENS MARCELO PEREIRA DA SILVA - AL6638-A, LUIS CAUBI CAVALCANTE DE SOUZA FILHO - AL17192, HERMANN DE ALMEIDA MELO - AL6043-A, CARLOS CHRISTIAN REIS TEIXEIRA - AL9316, FABIO HENRIQUE CAVALCANTE GOMES - AL4801-A

RECORRIDA: MARCIA RAFAELA BARROS DE VASCONCELOS

Advogados do(a) RECORRIDA: ALEXANDRE WOLNEY COSTA SANTOS JUNIOR - AL19414, CARLOS ANDRE VILELA MOTA - AL18921, DANIELA PRADINES DE ALBUQUERQUE MONTE - AL8626-A, LYVIA RENATA GALDINO DA FONSECA - AL16299, PEDRO HENRIQUE DE OLIVEIRA LINS - AL20246, RODRIGO DELGADO DA SILVA - AL11152-A, FRANCISCO DAMASO AMORIM DANTAS - AL10450-A

EMENTA

*Ementa:* DIREITO ELEITORAL. RECURSO ELEITORAL. PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. INSTAGRAM. "PALAVRAS MÁGICAS". PROVIMENTO PARCIAL. MULTA.

I. Caso em exame

1. Recurso eleitoral interposto contra sentença da 17ª Zona Eleitoral de São Luís do Quitunde/AL, que julgou procedente a representação por propaganda eleitoral antecipada, em razão de publicação no Instagram contendo expressões configuradoras de pedido explícito de voto.

## II. Questão em discussão

2. A questão em discussão consiste em determinar se as expressões veiculadas na publicação impugnada, realizadas durante o período de pré-campanha, configuram propaganda eleitoral antecipada em desconformidade com o art. 36 da Lei nº 9.504/1997.

## III. Razões de decidir

3. A configuração de propaganda eleitoral antecipada exige elementos como: (i) pedido explícito de voto; (ii) uso de meios proscritos; ou (iii) violação do princípio da igualdade de oportunidades entre candidatos.

4. A postagem em questão, com frases como "rumo à vitória" e "#todomundocomMarcia", extrapola os limites previstos no art. 36-A da Lei nº 9.504/1997, caracterizando pedido explícito de voto por meio das denominadas "palavras mágicas".

## IV. Dispositivo e tese

5. Recurso parcialmente provido. Sentença reformada.

6. Tese de julgamento: "A veiculação de publicação em rede social contendo expressões que configuram pedido explícito de voto, mesmo sem a locução 'vote em', caracteriza propaganda eleitoral antecipada, em desacordo com o art. 36 da Lei nº 9.504/1997."

*Dispositivos relevantes citados:* Lei nº 9.504/1997, arts. 36 e 36-A; Resolução TSE nº 23.732/2024.

*Jurisprudência relevante citada:* TSE, AgR-REspe 29-31, Rel. Min. Luís Roberto Barroso, DJE de 3.12.2018; TSE, Agravo de Instrumento nº 060278062, Rel. Min. Tarcisio Vieira de Carvalho Neto, DJE de 18.03.2020.

Acordam os Desembargadores do Tribunal Regional Eleitoral de Alagoas, à unanimidade de votos, em CONHECER do Recurso apresentado, para, no mérito, DAR PARCIAL PROVIMENTO, reformando a sentença para então condenar MARCIA RAFAELA BARROS DE VASCONCELOS ao pagamento da multa legal, no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), conforme o voto do Relator.

Maceió, 22/01/2025

## RELATÓRIO

1. Tratam-se os autos de Recurso Eleitoral (id. 10225137) interposto por COLIGAÇÃO SÃO LUÍS DE TODOS NÓS, em face da decisão (id. 10225131) proferida pelo Juízo da 017ª Zona, que julgou improcedente a Representação por Propaganda Antecipada em desfavor de MARCIA RAFAELA BARROS DE VASCONCELOS.
2. A sentença proferida pelo Juízo *a quo* considerou que a publicação na rede social *Instagram* não constituía propaganda antecipada, em razão da ausência de pedido explícito de votos e que, na verdade, "*(ç) houve a divulgação da pesquisa e a exaltação aos feitos da 'Família Cavalcante', condutas que não encontram óbice na legislação eleitoral.*"
3. Em suas Razões, alega o Recorrente que é "*(ç) claro e evidente a utilização de gatilhos para pedir voto*".
4. Requereu pela reforma do julgado e, conseqüentemente, pela procedência da ação, para aplicar a multa prevista no art. 36, §3º, da Lei n. 9.504/97, em seu patamar máximo.
5. O Recorrido apresentou Contrarrazões em id. 10225141
6. Oficiando nos autos, o Douto Procurador Regional Eleitoral emitiu o Parecer de id. 10226806, pugnando pelo provimento do Recurso.
7. É, em breve summa, o relato.

## VOTO

8. Senhores Desembargadores, inicialmente verifico que o recurso é cabível, as partes são legítimas e têm interesse na reforma da sentença. Não há fato impeditivo ou extintivo do poder recursal, o recurso foi manejado em tempo hábil e possui regularidade formal, razão pela qual o admito.
9. Feito o juízo de admissibilidade, prossigo com o exame do mérito recursal.
10. Em uma análise aprofundada, percebo que controvérsia dos autos está em verificar se a postagem documentada em id. 10225121 caracteriza-se como propaganda antecipada, dada a veiculação de "Palavras Mágicas" durante período de pré-campanha.
11. Aduz o Recorrente que na publicação em *Instagram* se extraem expressões similares a "vote em mim", tendo em vista que a legenda do vídeo demonstra referência direta ao pleito vindouro, a exemplo de asserções como "que possamos continuar", "para o trabalho da família Cavalcante continuar" e "todo mundo com Marcia".

12. A mídia impugnada, abaixo:

13. A referida postagem apresentava a seguinte legenda, sendo essencial para a configuração da propaganda (destacamos):

"SAIU PESQUISA E SÃO LUÍS ESTÁ NO CAMINHO CERTO!

Estamos liderando em todos os cenários, e isso é uma vitória do povo.

Pesquisa estimulada (quando são citados os nomes dos candidatos), lideramos com 57%.

Pesquisa espontânea (quando não são citados os nomes dos candidatos), lideramos com 43,3% Que possamos continuar no caminho do bem, para o trabalho da família Cavalcante continuar

Obrigada pela confiança, meu povo

\*levantamento registrado pelo IBRAPE no TRE sob o N°07731/2024.

#todomundocomMarcia"

14. No que pertine as propagandas eleitorais, o período permitido para sua realização é estabelecido pela Lei das Eleições (Lei n° 9.504 de 1997), no *caput* do art. 36, somente após o dia 15 de agosto do ano da eleição. Em tese, qualquer propaganda realizada antes da data outorgada poderá configurar como propaganda extemporânea.

15. Contudo, o *caput* art. 36-A do mesmo normativo permite a realização de atos de pré-campanha pelos pré-candidatos, sob a condição de não apresentarem pedido explícito de voto ou não-voto, *in verbis* (grifos nossos):

Art. 36-A. Não configuram propaganda eleitoral antecipada, desde que não envolvam pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos e os seguintes atos, que poderão ter cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via internet: (Redação dada pela Lei n° 13.165, de 2015)

16. Como é cediço, o Superior Tribunal Eleitoral firmou o entendimento de que, para que seja possível figurar como propaganda eleitoral antecipada/extemporânea, é necessária a presença dos elementos a saber, alternativa ou cumulativamente: a) pedido explícito de voto ou não voto; b) uso de meios proscritos; e c) mácula ao princípio da isonomia de oportunidades entre os candidatos.

17. É de fundamental importância pontuar que, através da Res. TSE nº 23.732/2024, implementou-se o art. 3º-A e seu parágrafo único à Res. TSE 23.610/2019, de modo que passou a considerar pedido explícito de voto não apenas a expressão "vote em", mas também outros termos e expressões que transmitam similar conteúdo, caracterizando o uso das "palavras mágicas". Vejamos a redação abaixo (grifos nossos):

Art. 3º-A. Considera-se propaganda antecipada passível de multa aquela divulgada extemporaneamente cuja mensagem contenha pedido explícito de voto, ou que veicule conteúdo eleitoral em local vedado ou por meio, forma ou instrumento proscrito no período de campanha.(Incluído pela Resolução nº 23.671/2021)

Parágrafo único. O pedido explícito de voto não se limita ao uso da locução "vote em", podendo ser inferido de termos e expressões que transmitam o mesmo conteúdo. (Incluído pela Resolução nº 23.732/2024)

18. Nesse viés, importante ressaltar que não é preciso que o pedido de voto seja feito de forma literal para ser "explícito", basta que a mensagem veiculada seja suficientemente clara para ser entendida pelos eleitores.

19. Ainda conforme Jurisprudência:

PROPAGANDA ELEITORAL ANTECIPADA. ART. 36-A DA LEI Nº 9.504/1997. PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTOS. PARCIAL PROVIMENTO. (...) 3. O pedido explícito de votos pode ser identificado pelo uso de determinadas "palavras mágicas", como, por exemplo, "apoie" e "elejam", que nos levem a concluir que o emissor está defendendo publicamente a sua vitória. No caso, é possível identificar pedido explícito de voto na fala do pré-candidato a prefeito, em que pediu "voto de confiança" nele e no pré-candidato a vereador Paulo César Batista, em reunião com moradores do Município onde pretendia concorrer ao pleito. (...) (AgR-REspe 29-31, rel. Min. Luís Roberto Barroso, DJE de 3.12.2018)

ELEIÇÕES 2018. AGRAVO REGIMENTAL. AGRAVO. RECURSO ESPECIAL. PROPAGANDA ELEITORAL EXTEMPORÂNEA CARACTERIZADA. REUNIÃO. CLUBE. DISCURSO. PEDIDO EXPLÍCITO DE VOTOS. POSICIONAMENTO EM CONSONÂNCIA COM O ENTENDIMENTO DESTA CORTE SUPERIOR. EVENTO ABERTO AO PÚBLICO. REEXAME DE PROVAS. IMPOSSIBILIDADE. SÚMULA Nº 24/TSE. DISSÍDIO JURISPRUDENCIAL NÃO DEMONSTRADO. SÚMULA Nº 28/TSE. DESPROVIMENTO. (...) 3. A propaganda eleitoral antecipada não se configura somente quando veiculada a mensagem vote em mim. Caracteriza-se também em hipóteses nas quais se identifiquem elementos que traduzam o pedido explícito de votos. (...) " (TSE - Agravo de Instrumento nº 060278062, Acórdão, Relator(a) Min. Tarcísio Vieira De Carvalho Neto, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Tomo 53, Data 18/03/2020).

20. *In casu*, observo que a referida publicação possui indubitável caráter eleitoral, podendo este ser aferido pelo incentivo aos eleitores a acreditarem em sua vitória, precisamente nas frases "*Que possamos continuar no caminho do bem, para o trabalho da família Cavalcante continuar*" e na

*hashtag "#todomundocomMarcia"*, que se traduzem como pedido explícito de voto, direto, executado por meio das "palavras mágicas", consoante aos entendimentos firmados por este egrégio Tribunal.

21. No que se refere especificamente a expressão "*para o trabalho da família Cavalcante continuar*", é ponto crucial lembrar que, nos autos do processo Pje nº 0600031-49.2023.6.02.0050, esta Corte Regional considerou como pedido de voto locução similar ("*Para Maravilha seguir avançando*"). Trago à baila trecho do acórdão proferido:

Pois bem, a sentença de 1º grau foi clara e acertada quando considerou que a expressão "Tô com Ele" junto ao slogan "para Maravilha seguir avançando" consiste em pedido explícito de voto, através da utilização das chamadas "palavras mágicas", que fazem correlação direta com as eleições vindouras de 2024.

Com efeito, as frases consignadas pelo representado em sua rede social demonstram de forma clara e inequívoca sua intenção de obter o voto dos eleitores de Maravilha.

22. É que, embora a postagem não possua a expressão "vote em", é plenamente possível identificar seu intuito de angariar votos para a pré-candidata ao promovê-la através do subterfúgio de expressões similares, de maneira que pode influenciar o eleitorado, caracterizando-se, sobretudo, no chamamento dos eleitores.
23. Desvirtuam-se, ainda, das alegações de mera divulgação de pesquisa eleitoral quando, a partir das Palavras Mágicas, objetivava-se defender a candidata como a melhor opção para o pleito vindouro, sobretudo na expressão "*Que possamos continuar no caminho do bem*", em que desqualifica seus adversários políticos indiretamente.

24. Da mesma forma se posiciona o Ministério Público Eleitoral:

A conotação eleitoral do vídeo é incontestável, uma vez que se trata de divulgação de pesquisa eleitoral que aponta a pré-candidata à frente de seu potencial opositor político.

O apelo ao voto do eleitor, na visão do *Parquet*, pode ser identificado na frase "Que possamos continuar no caminho do bem". O "caminho do bem", nesse diapasão, representa a escolha da pré-candidata em detrimento de seus adversários. Assim, a sentença ganha contornos de pedido ao espectador, a fim de que continue escolhendo ("votando na") a Recorrida, para "o trabalho da família Cavalcante continuar" - o que, por óbvio, somente se daria com a vitória da pré-candidata nas urnas.

25. Em suma, a conduta veiculada se desprende do que é legalmente permitido ao tornar público a defesa da vitória do candidato, fazendo com que o eleitor correlacione com as eleições de 2024.
26. Por essas razões, estou convencido de que o julgado proferido na Origem está equivocado, de maneira que há razão em se considerar a reforma.

27. No entanto, o valor da multa requerida pelo recorrente é desproporcional ao dano causado. Considerando que se encontram ausentes elementos que justifiquem sua majoração, a multa deve ser aplicada no mínimo legal.

28. Nos termos da Lei da 9.504/97, o art. 36, §3º, *in verbis*:

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

§ 3º 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.

29. Desta feita, conheço o Recurso apresentado, para, no mérito, DAR-LHE PROVIMENTO PARCIAL, reformando a sentença para então condenar MARCIA RAFAELA BARROS DE VASCONCELOS ao pagamento da multa legal, no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais)

30. É como voto.

Des. Eleitoral RODRIGO PRATA MALTA LIMA

Relator