



**PODER JUDICIÁRIO**

**TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE ALAGOAS**

**RECURSO ELEITORAL(11548) Nº 0600050-68.2024.6.02.0002**

**PODER JUDICIÁRIO**

**TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL**

**RECURSO ELEITORAL (11548) - 0600050-68.2024.6.02.0002 - Maceió - ALAGOAS**

**RELATOR: Desembargador RODRIGO MALTA PRATA LIMA**

**RECORRENTE: COLIGAÇÃO MACEIÓ LEVADA A SÉRIO, MOVIMENTO DEMOCRATICO BRASILEIRO - MACEIO - AL - MUNICIPAL**

**Representantes do(a) RECORRENTE: PEDRO HENRIQUE PEREIRA DE OLIVEIRA - AL20231, JESSICA CAROLINE DOS SANTOS SILVA - AL18011, ANNE CAROLINE DA CRUZ LIMA - AL18026, ALEXANDRE SILVA DE ARAUJO - AL20567, PAULO JORGE MOREIRA CABRAL FILHO - AL14176-A, HUGO SOUSA DOS REIS GOMES - AL10533-A, DAGOBERTO COSTA SILVA DE OMENA - AL9013-A, KARISSA MIRELLE TERCENIO COSTA - AL13510-A**

**Representantes do(a) RECORRENTE: DAGOBERTO COSTA SILVA DE OMENA - AL9013-A, KARISSA MIRELLE TERCENIO COSTA - AL13510-A**

**RECORRIDA: ELEICAO 2024 JOAO HENRIQUE HOLANDA CALDAS PREFEITO, ELEICAO 2024 RODRIGO SANTOS CUNHA VICE-PREFEITO**

**Representantes do(a) RECORRIDA: BRUNO LOPES CURSINO - AL17744-A, HENRIQUE CORREIA VASCONCELLOS - AL8004-A, YURI DE PONTES CEZARIO - AL8609-A, THULIO EDUARDO DA CRUZ PEIXOTO - AL11902-A, RODRIGO FRAGOSO PEIXOTO - AL8820-A, RICARDO MACEDO CARNEIRO DE ALBUQUERQUE - AL20132, RICARDERSON DOS SANTOS ARAUJO - AL20302, RENAM BRAIDA MARRACHE - AL13839-A, JULIANNY LIMA CARDEAL - AL13713-A, JUAREZ DA ROCHA ACIOLI NETTO - AL8213-A, JOAO PEDRO BASTOS DE OLIVEIRA - AL19610, JOAO MARCEL BRAGA MACIEL VILELA JUNIOR - AL14164-A, DIOGO HENRIQUE DE BARROS LOPES - AL17720, ALICE BRITTO GAMA DE LIMA - AL20152**

*Ementa:* DIREITO ELEITORAL. RECURSOS ELEITORAIS. CONDUTA VEDADA A AGENTE PÚBLICO. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL. USO DE SÍMBOLO MUNICIPAL. PROMOÇÃO PESSOAL DURANTE PERÍODO ELEITORAL VEDADO. JULGAMENTO CONJUNTO DE QUINZE AÇÕES. MULTA. PARCIAL PROVIMENTO EM PARTE DOS RECURSOS.

## I. CASO EM EXAME

1. Trata-se de julgamento conjunto de recursos eleitorais interpostos por COLIGAÇÃO "MACEIÓ LEVADA À SÉRIO" e MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO (MDB), DIRETÓRIO MUNICIPAL DE MACEIÓ/AL contra sentença que julgou improcedentes quinze representações por conduta vedada previstas no art. 73, VI, "b", da Lei nº 9.504/1997, envolvendo o uso da logomarca da Prefeitura de Maceió em materiais institucionais e a divulgação de obras em período vedado, em face do candidato a Prefeito JOÃO HENRIQUE HOLANDA CALDAS (JHC) e ao vice RODRIGO SANTOS CUNHA.

## II. QUESTÃO EM DISCUSSÃO

2. Há duas questões em discussão: (i) definir se o uso da logomarca institucional da Prefeitura de Maceió caracteriza promoção pessoal do prefeito, candidato, constituindo conduta vedada; e (ii) verificar se a inserção de expressões laudatórias em placas de obras públicas veiculadas em período vedado configura publicidade institucional indevida apta a ensejar sanção pecuniária.

## III. RAZÕES DE DECIDIR

3. A mera utilização de logomarca oficial da Prefeitura de Maceió, instituída por decreto municipal e desprovida de elementos de identificação pessoal do gestor, não caracteriza conduta vedada quando empregada de forma impessoal e informativa.

4. A imagem da jangada utilizada na logomarca possui caráter histórico-cultural e não se vincula exclusivamente à figura do prefeito, razão pela qual sua exibição não configura, por si só, promoção pessoal vedada pela legislação eleitoral.

5. Já a veiculação de placas institucionais com expressões de exaltação à gestão, como "+ uma obra", "a maior obra ambiental da história de Maceió" e "35 ruas pavimentadas +14Km de asfalto", ainda que associadas a símbolo oficial, caracteriza publicidade institucional vedada, nos termos do art. 73, VI, "b", da Lei nº 9.504/1997, por enaltecer atos da gestão em benefício eleitoral direto e imediato.

6. A configuração da conduta vedada independe de demonstração de dolo ou intenção eleitoral, bastando a objetividade da promoção pessoal durante o período vedado.

7. A imposição de multa é medida suficiente e proporcional no caso concreto, diante da ausência de reiteração deliberada ou gravidade capaz de comprometer a isonomia da disputa eleitoral.

#### IV. DISPOSITIVO E TESE

8. Recursos parcialmente providos quanto aos processos PJe 0600053-23.2024.6.02.0002, 0600058-83.2024.6.02.0054, 0600082-14.2024.6.02.0054 e 0600090-88.2024.6.02.0054; improvidos os demais.

9. *Tese de julgamento*: "1. O uso de logomarca institucional criada por decreto municipal, sem associação direta ao gestor ou à campanha, não configura conduta vedada por publicidade institucional irregular. 2. A inserção de expressões de enaltecimento em placas de obras públicas durante o período eleitoral configura conduta vedada, ainda que não haja referência explícita ao gestor ou ao candidato. 3. A responsabilidade pela conduta vedada independe de dolo ou autorização do beneficiário, sendo suficiente a constatação do benefício gerado pela publicidade institucional."

*Dispositivos relevantes citados*: Lei nº 9.504/1997, art. 73, VI, "b", §§ 4º, 5º e 8º; Resolução TSE nº 23.735/2024, art. 15, § 2º.

*Jurisprudência relevante citada*: TSE, AgR-AREspE nº 0600385-22/MG, Rel. Min. Ricardo Lewandowski, DJe 07.03.2023; TSE, RO-El nº 0600108-91/TO, Rel. Min. Tarcisio Vieira de Carvalho Neto, DJe 27.05.2021; TSE, AgR-RO-El nº 0603705-69/GO, Rel. Min. Alexandre de Moraes, DJe 20.10.2021; TSE, AIJE nº 0600814-85, Rel. Min. Benedito Gonçalves, DJe 02.08.2023.

Acordam os Desembargadores do Tribunal Regional Eleitoral de Alagoas, à unanimidade de votos, em conhecer o presente Recurso Eleitoral para, no mérito, (i) NEGAR PROVIMENTO aos recursos PJe 0600085-66.2024.6.02.0054, 0600087-36.2024.6.02.0054, 0600050-68.2024.6.02.0002, 0600052-38.2024.6.02.0002, 0600051-53.2024.6.02.0002, 0600079-59.2024.6.02.0054, 0600081-29.2024.6.02.0054, 0600084-81.2024.6.02.0054, 0600083-96.2024.6.02.0054, 0600086-51.2024.6.02.0054, 0600088-21.2024.6.02.0054 e (ii) DAR PARCIAL PROVIMENTO aos recursos PJe 0600053-23.2024.6.02.0002, 0600058-83.2024.6.02.0054, 0600082-14.2024.6.02.0054 e 0600090-88.2024.6.02.0054, nos termos do voto do Relator. O Presidente proferiu voto.

Maceió, 08/09/2025

Desembargador Eleitoral RODRIGO MALTA PRATA LIMA

#### RELATÓRIO

1. Trata-se de recurso eleitoral interposto por COLIGAÇÃO "MACEIÓ LEVADA À SÉRIO" e MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO (MDB), DIRETÓRIO MUNICIPAL DE

MACEIÓ/AL contra sentença de id. 10329774, proferida pelo Juízo da 54ª Zona Eleitoral, na qual foram julgadas improcedentes as representações eleitorais 0600079-59.2024.6.02.0054, 0600081-29.2024.6.02.0054; 0600082-14.2024.6.02.0054; 0600083-96.2024.6.02.0054; 0600084-81.2024.6.02.0054; 0600085-66.2024.6.02.0054; 0600086-51.2024.6.02.0054; 0600087-36.2024.6.02.0054; 0600088-21.2024.6.02.0054; 0600090-88.2024.6.02.0054; 0600050-68.2024.6.02.0002; 0600051-53.2024.6.02.0002; 0600052-38.2024.6.02.0002; 0600053-23.2024.6.02.0002; 0600058-83.2024.6.02.0054, por prática da conduta vedada prevista no art. 73, IV, 'b', da Lei 9.504/97, em desfavor de JOÃO HENRIQUE HOLANDA CALDAS (JHC) e RODRIGO SANTOS CUNHA.

2. Na origem, o Magistrado consignou que, *"O Logo contém apenas a identificação 'Prefeitura de Maceió', acompanhada de um ícone representando uma jangada no mar. Não há qualquer referência à figura do prefeito, o que impede que se configure qualquer tipo de promoção pessoal ou abuso de poder. Conforme mencionado pelo representante do MPE em sua manifestação (Id. 123213725), '(ç) Não há nenhum empecilho que ambos os símbolos coexistam, sendo o do brasão utilizado em circunstâncias formais, cerimoniosas, enquanto o outro apresenta uma imagem mais leve e moderna da cidade. Nenhum deles representa publicidade, mas identificação'. Não há como considerar o caráter publicitário na referida logomarca, mas apenas de identificação institucional"*.
3. Em suas razões, aduz o Recorrente que *"[a] vinculação entre a logomarca e o gestor que a criou se torna, com o tempo, parte do imaginário popular. É exatamente esse o cenário presente nos autos: a jangada em azul e laranja não é percebida pela população como símbolo neutro da cidade, mas sim como a 'marca da gestão JHC'. Essa percepção simbólica e social é o que importa do ponto de vista da Justiça Eleitoral, que busca coibir justamente a promoção pessoal camuflada em publicidade oficial" e, também, "Não é a formalidade do ato normativo que define a impessoalidade da propaganda, mas sim o seu uso concreto e os efeitos que produz no eleitorado"*.
4. Foram apresentadas Contrarrazões de JOÃO HENRIQUE HOLANDA CALDAS, nas quais afirmam o seguinte: *"(ç) a 'logomarca' apontada como caracterizadora de promoção pessoal fora criada por meio do Decreto Municipal n. 9.049, de 12 de março de 2021, fato a revelar o seu domínio público, podendo dela usar qualquer gestor que estiver à frente da Prefeitura Municipal"*.
5. Nas Contrarrazões de RODRIGO SANTOS CUNHA, arremata-se que *"(ç) a logomarca atual não contém referências a candidatos, slogans de campanha ou qualquer elemento que a associe a promoção política. Trata-se tão somente de um identificador visual do poder público, que cumpre função informativa junto à população"*.
6. Oficiando nos autos, o Douto Procurador Regional Eleitoral emitiu Pareceres manifestando-se pelo desprovimento do Recurso nos processos PJe 0600085-66.2024.6.02.0054, 0600087-36.2024.6.02.0054, 0600050-68.2024.6.02.0002, 0600052-38.2024.6.02.0002, 0600051-53.2024.6.02.0002, 0600079-59.2024.6.02.0054, 0600081-29.2024.6.02.0054, 0600084-81.2024.6.02.0054, 0600083-96.2024.6.02.0054, 0600086-51.2024.6.02.0054, 0600088-21.2024.6.02.0054.
7. Nos processos PJe 0600053-23.2024.6.02.0002, 0600058-83.2024.6.02.0054, 0600082-14.2024.6.02.0054 e 0600090-88.2024.6.02.0054, manifesta-se a Procuradoria Regional Eleitoral pelo parcial provimento do recurso, para o fim reconhecer a prática da conduta vedada descrita no art. 73, VI, b, da Lei 9.504/97 e condenar o recorrido, JOÃO HENRIQUE HOLANDA CALDAS, na condição de agente público responsável, à multa prevista no §4º do art. 73 da Lei 9.504/97.

8. É, em breve suma, o relato.

## VOTO

9. Senhores Desembargadores, inicialmente, verifico que os recursos são cabíveis, as partes são legítimas e têm interesse na reforma da sentença. Não há fato impeditivo ou extintivo do poder recursal, os recursos foram manejados em tempo hábil e possuem regularidade formal, razão pela qual os admito.

10. Feito o juízo de admissibilidade, prossigo para o exame de mérito.

11. Após detida análise dos autos, constata-se que o magistrado de primeiro grau promoveu o julgamento conjunto das ações, em razão de todas apresentarem, como causa de pedir próxima, o mesmo fundamento jurídico: a alegação de propaganda institucional em desacordo com a legislação eleitoral, mediante a inserção de elementos identificadores da gestão do atual Prefeito.

12. Mantenho o julgamento conjunto das ações, no que abrirei capítulos para tratar das questões que se assemelham.

### I. REPRESENTAÇÃO ESPECIAL Nº 0600085-66.2024.6.02.0054 e 0600087-36.2024.6.02.0054

13. No caso específico dos presentes autos, a conduta atribuída consubstancia-se na utilização da logomarca institucional em veículo automotivo a serviço da municipalidade, conforme narrado nas petições iniciais de ids. 10329612 e 10329194, como se vê:

14. Segundo decidido na sentença (destaquei):

Quanto à utilização da logomarca do Município de Maceió, entendo tratar-se de um símbolo institucional. A referida Logomarca foi instituída por meio do Decreto Municipal nº 9.049, de 12 de março de 2021, com o propósito de modernizar a identidade visual do município, conforme alega os investigados. Assim, mesmo sendo menos formal que o brasão, continua sendo um emblema oficial da cidade. Importante frisar que, apesar de ter sido criado na atual gestão, bem antes do Pleito Eleitoral de 2024, o símbolo não pertence a ela especificamente, podendo ser utilizado por administrações futuras.

O Logo contém apenas a identificação "Prefeitura de Maceió", acompanhada de um ícone representando uma jangada no mar. Não há qualquer referência à figura do prefeito, o que impede que se configure qualquer tipo de promoção pessoal ou abuso de poder. Conforme mencionado pelo representante do MPE em sua manifestação (Id. 123213725), "(ç) Não há nenhum empecilho que ambos os símbolos coexistam, sendo o do brasão utilizado em circunstâncias formais, cerimoniais, enquanto o outro apresenta uma

*imagem mais leve e moderna da cidade. Nenhum deles representa publicidade, mas identificação". Não há como considerar o caráter publicitário na referida logomarca, mas apenas de identificação institucional.*

15. Instado a se manifestar, a douta PRE-AL consignou no parecer de id. 10337233, nos autos do processo Pje 0600085-66.2024.6.02.0054 (grifei):

O Tribunal Superior Eleitoral, ao dispor sobre os ilícitos eleitorais, estabeleceu que "a publicidade institucional vedada pela alínea c do inciso VI deste artigo é comprovada pela indicação de nomes, slogans, símbolos, expressões, imagens ou outros elementos que permitam identificar autoridades, governos ou administrações cujos cargos estejam em disputa na campanha eleitoral" (art. 15, §2º, da Resolução 23.735/2024).

Cabe reconhecer que o logotipo citado foi instituído, pelo Decreto Municipal n. 9.049, de 12 de março de 2021, como nova identidade visual do Município de Maceió, não se tratando, pois, de um símbolo de determinada gestão.

Como demonstrou o Recorrido (Id. 10329782), a jangada representada no desenho já foi utilizada por outros gestores, como monumento erguido na orla de Maceió (Monumento Jangada da Independência) e para alavancar o turismo na região (Projeto Jangada Digital), estando, dessa forma, notoriamente associada à imagem da cidade, seja como embarcação tradicional de suas praias ou ainda como ícone turístico de sua orla.

É bem verdade que determinadas administrações e alguns políticos se associam voluntariamente a certas imagens (de animais ou objetos, por exemplo), de sorte que a simples utilização da imagem já permite identificá-los.

Semelhante associação não se verifica, todavia, quanto ao caso em julgamento. Não há nada que vincule a figura do atual Prefeito ou de sua gestão à imagem de uma jangada em geral e do desenho de que se cuida em particular. Em nenhuma de suas campanhas políticas, por exemplo, essa associação se fez presente. Nem mesmo os representantes sugeriram o contrário. O que parece ter havido, na realidade, foi uma opção de governo em adotar, como identidade visual do Município de Maceió, uma imagem que já havia sido antes associada à cidade e às suas características.

Não se observa, por outro lado, além da imagem que simboliza a jangada, a indicação de nomes, slogans ou expressões que possam identificar autoridades, servidores, campanhas ou administrações.

16. Ressaltados estes pontos, resta-nos a análise do símbolo (logomarca) em evidência para definir se está, ou não, em conformidade com a legislação eleitoral.

17. Alega o recorrente que "*[o] que deve ser analisado não é apenas a formalidade do Decreto Municipal nº 9.049/2021 que a instituiu, mas a forma como essa identidade visual foi apropriada e aplicada com*

*finalidade promocional pela gestão do Representado" e, não obstante, que "[f]oi criada durante o atual mandato e amplamente divulgada como símbolo da administração em curso, inclusive substituindo o brasão oficial do Município em diversos canais e materiais institucionais, o que por si só já evidencia a personalização e a associação direta à figura do gestor".*

18. Arremata que "(i) o simples fato de um governo futuro poder, em tese, reaproveitar determinada logomarca não a torna automaticamente impessoal". Da mesma forma, aduz que "[n]ão é a formalidade do ato normativo que define a impessoalidade da propaganda, mas sim o seu uso concreto e os efeitos que produz no eleitorado".

19. Tais afirmações, como se discutirá ao decorrer desta decisão, não procedem.

20. Pertinente ao tema, dispõe a Resolução TSE nº 23.735/2024:

Art. 15. São proibidas às agentes e aos agentes públicas(os), servidoras e servidores ou não, as seguintes condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre pessoas candidatas nos pleitos eleitorais (Lei nº 9.504/1997, art. 73, incisos I a VIII):

(i)

§ 2º A publicidade institucional vedada pela alínea c do inciso VI deste artigo é comprovada pela indicação de nomes, slogans, símbolos, expressões, imagens ou outros elementos que permitam identificar autoridades, governos ou administrações cujos cargos estejam em disputa na campanha eleitoral.

21. Em outras palavras, o dispositivo supratranscrito conceitua a campanha publicitária irregular, condicionando-a à presença de elementos visuais (slogans, imagens, etc.) que tornem possível ao eleitorado associá-la à disputa eleitoral de um grupo político específico, oferecendo vantagem desproporcional e/ou promoção pessoal em relação ao pleito.

22. Outrossim, é imperioso destacar que a "logo" impugnada fora firmada no Decreto Nº 9.049, de 12 de março de 2021, como símbolo de identidade visual do município de Maceió, podendo, inclusive, ser utilizado pelas gestões ulteriores, como se vê abaixo (destaquei):

O PREFEITO DO MUNICÍPIO DE MACEIÓ, deste Estado de Alagoas, no uso de suas atribuições legais, que lhe são conferidas pela Lei Orgânica Municipal, CONSIDERANDO a necessidade de padronizar a identidade visual do município de Maceió de forma a atender aos quesitos de modernidade e de uniformidade; CONSIDERANDO que, com a padronização da identidade visual, a população terá maior facilidade em identificar as publicidades institucionais; DECRETA:

Art. 1º Fica instituída a Identificação Visual do município de Maceió, constante do desenho do Anexo único, deste Decreto.

Art. 2º A utilização e veiculação da nova identidade visual deve observar o princípio constitucional da impessoalidade.

Art. 3º Nos documentos oficiais e prédios públicos, fica mantida a utilização do brasão oficial como símbolo obrigatório, podendo a nova identidade visual ser utilizada de forma acessória.

Parágrafo único. A nova identidade visual será utilizada para campanhas publicitárias, devendo todo material já produzido ser mantido e utilizado.

23. Pois bem, postas essas considerações, estou convencido de que o símbolo, por si só, não possui relevância suficiente para causar desequilíbrio na disputa eleitoral. E outra questão de grande relevância é a ausência de vinculação entre a campanha do Prefeito e a imagem de uma jangada.

24. Inclusive, ao senso comum, a jangada revela-se um símbolo muito mais inerente a cidade do que a gestão do Prefeito, de forma que sem outros apelos publicitário como frases e jargões, os quais proporcionem personalidade ao símbolo, esse liame não se estabelece para fins de incidência da norma proibitiva.

25. Note-se que o município já houvera adotado "jangadas" como uma alegoria simbólica da região, como bem pontuado nas Contrarrazões id. 10329781, das quais trago excerto abaixo:

(i)

À propósito, a "Jangada", como símbolo da cultura e história da cidade de Maceió, é utilizada desde as gestões anteriores, revelando não ser um fato criado às vésperas do período eleitoral a fim de pessoalizar a gestão do Prefeito JHC.

Para tanto, mencione-se como exemplo o Projeto nominado "Jangada Digital", que, lançado em 2016, buscou assegurar "wifi" gratuito para as embarcações que realizam os famosos passeios nas piscinas naturais da cidade de Maceió.

Do mesmo modo, mencione-se o monumento cultural e turístico denominado "Jangada da Independência", instalado em 2018 na Orla de Maceió e que homenageia quatro jangadeiros alagoanos que representaram Alagoas em 1922 na comemoração da independência do Brasil no Estado do Rio de Janeiro. Sobre o monumento, a própria rede social Oficial da Prefeitura Municipal, em 07 de setembro de 2018, já veiculava a imagem como símbolo característico da cidade.

(i)

26. A imagem, portanto, serviria para referir-se à cidade, considerando a relevância cultural do símbolo que, reitero, não possui ligação direta e exclusiva com a campanha de JHC-, através de um design

moderno e que não permite associá-lo com a figura do prefeito de maneira clara e plena. Ilustre-se que o próprio brasão do município contém "jangadas" em seu desenho:

27. Por fim, o recorrente não comprovou a similaridade entre as cores de campanha do candidato à reeleição com as utilizadas na confecção da imagem, de modo que não será possível a apreciação do referido argumento nos autos em questão.
28. Em suma, a imagem da logomarca utilizada pelo município, desprovida de qualquer elemento caracterizador que torne possível ao eleitor relacionar a imagem com o candidato concorrente ao pleito, não é considerada conduta vedada por propaganda institucional irregular, nos termos do art. 15, §2º da Resolução TSE nº 23.735/2024 e art. 73, o inciso VI, alínea "b", da Lei 9.504/97.

II. REPRESENTAÇÃO ESPECIAL Nº 0600050-68.2024.6.02.0002, 0600052-38.2024.6.02.0002, 0600051-53.2024.6.02.0002, 0600079-59.2024.6.02.0054, 0600081-29.2024.6.02.0054, 0600084-81.2024.6.02.0054, 0600083-96.2024.6.02.0054, 0600086-51.2024.6.02.0054 e 0600088-21.2024.6.02.0054

29. Versam os autos sobre capturas de imagens na orla marítima de Maceió onde é possível verificar a instalação de placas com os dizeres "Estamos em Obras", contendo o nome da Prefeitura de Maceió associado à logomarca da jangada.
30. Colaciono, em seguida, as imagens fornecidas nos processos supracitados:

31. Nessas demandas o douto representante da PRE-AL manifestou-se no mesmo sentido, destaco o Parecer id. 10332454 do REI 0600052-38.2024.6.02.0002:

Inicialmente, é importante ressaltar que, a despeito da afirmação dos Recorrentes de que "as provas juntadas aos autos demonstram que as mensagens veiculadas não se limitaram a informar sobre a existência de obras, mas sim a exaltá-las em tom marcadamente promocional", nas fotografias de Id. 10322626 vê-se apenas a frase "Estamos em Obras", acompanhada do logotipo da Prefeitura de Maceió.

(i)

Na situação dos autos, entretanto, o Ministério Público Eleitoral não identifica teor publicitário nas mensagens veiculadas pelas imagens reproduzidas (i).

Veja-se que a suposta publicidade limita-se à referência "ESTAMOS EM OBRA". A expressão utilizada não se assemelha à divulgação de uma obra de governo, com fins publicitários, mas à comunicação da

existência de uma obra/reforma em andamento naquela localidade, até para que a população seja informada sobre a razão pela qual se deu o fechamento do espaço público. Além de ser um instrumento de controle social, a manutenção dessas informações observa o dever de transparência da Administração Pública. Andou bem, portanto, o Juiz Eleitoral ao concluir:

*Com relação ao primeiro ponto, considero que não há qualquer caráter publicitário na simples indicação de que determinado espaço público está em obras, desde que a intervenção esteja realmente em andamento. A única finalidade dessa comunicação é informar os transeuntes sobre a existência da obra naquele local. Vale ressaltar que não se trata de "placas promocionais", mas sim de tapumes nos quais se lê a mensagem "estamos em obras".*

*Quando um espaço público, como uma praça, é cercado por placas ou tapumes, é esperado que a população seja informada sobre o motivo do fechamento. A mensagem transmitida é objetiva e informativa: o local está passando por obras. Trata-se do dever que o Órgão Público Municipal tem de informar à população que naquele local existe um canteiro de obras em andamento, garantindo, sobretudo a segurança dos transeuntes e motoristas que trafegam naquela região.*

Afastada a natureza publicitária do conteúdo descrito, resta analisar se o logotipo da Prefeitura de Maceió permite a identificação de autoridades, governos ou administrações cujos cargos estivessem em disputa na campanha eleitoral de 2024.

32. Semelhante ao primeiro caso, as placas afixadas para isolar a obra não fazem menção ao nome, imagem ou slogan pessoal do gestor municipal, nem tampouco utilizam elementos que permitam identificação direta com a pessoa do Prefeito. Assim, seriam compatíveis com o princípio da impessoalidade administrativa previsto no art. 37, §1º, da CF/88.

33. Ambos, o *Parquet* de 2º grau e a sentença de origem, destacam que as mensagens veiculadas nas placas possuem caráter informativo e institucional, voltadas à identificação de serviços, obras ou aquisições públicas, sem conotação de promoção pessoal. Vejam, a seguir, pertinente excerto retirado do julgado em questão:

(i)

Quando um espaço público, como uma praça, é cercado por placas ou tapumes, é esperado que a população seja informada sobre o motivo do fechamento. A mensagem transmitida é objetiva e informativa: o local está passando por obras. Trata-se do dever que o Órgão Público Municipal tem de informar à população que naquele local existe um canteiro de obras em andamento, garantindo, sobretudo a segurança dos transeuntes e motoristas que trafegam naquela região.

(i)

34. De acordo com entendimento do egrégio TSE, é permitida a manutenção de placas de obras públicas quando não seja possível identificar a Administração do concorrente ao cargo eletivo. Nesse sentido, *mutatis mutandis*, é o seguinte aresto:

ELEIÇÕES 2012. AGRAVO REGIMENTAL. AGRAVO E RECURSO ESPECIAL. PROPAGANDA INSTITUCIONAL. RECURSO ESPECIAL DOS AGRAVADOS. PROVIMENTO. CONDUTA VEDADA. INOCORRÊNCIA. CARÁTER INFORMATIVO. AGRAVO REGIMENTAL. DESPROVIMENTO. 1. A divulgação de caráter informativo, com intuito de esclarecer a população acerca de transtornos decorrentes da execução de obras públicas, não configura conduta vedada. 2. Agravo regimental ao qual se nega provimento (Recurso Especial Eleitoral nº 52264, Acórdão, Relator(a) Min. Luciana Lóssio, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Tomo 236, Data 11/12/2013, Página 63).

35. E como dito, sem outros elementos de apelo publicitário que vinculem a imagem simbólica da jangada à gestão do atual prefeito, a sentença mantém-se incólume.

36. Ademais, nas campanhas eleitorais anteriormente realizadas pelo gestor, não se verificou o uso desse símbolo, tampouco os representantes indicaram qualquer evidência nesse sentido. O que se evidencia, na verdade, é a adoção, por parte do governo municipal, de um símbolo visual que reflete elementos típicos da identidade cultural de Maceió, já reconhecidos pela população.

37. No mais, jurisprudência desta Corte, da Relatoria do Des. Milton Gonçalves, nos autos do processo Pje 0600273-85.2024.6.02.0013:

*Ementa:* DIREITO ELEITORAL. RECURSO ELEITORAL. CONDUTA VEDADA A AGENTE PÚBLICO. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL EM PERÍODO VEDADO. AUSÊNCIA DE PROMOÇÃO PESSOAL. USO DE SÍMBOLOS E SLOGAN DA PREFEITURA. AUSÊNCIA DE REFERÊNCIA A PARTIDO OU CANDIDATO. ILÍCITO NÃO CARACTERIZADO. PRECEDENTES DESTA CORTE. RECURSO PROVIDO.

#### I. Caso em exame

1. Recurso Eleitoral interposto por RONALDO PEREIRA LOPES contra sentença que reconheceu a prática de conduta vedada em razão de publicidade institucional realizada em período vedado, consistente na exposição de slogan e símbolo da Prefeitura em locais públicos.

#### II. Questão em discussão

2. Verificar se a utilização de slogan e símbolo da Prefeitura em placas de obras e serviços configura promoção pessoal e conduta vedada que afete a igualdade de oportunidades entre candidatos.

#### III. Razões de decidir

3. A jurisprudência do TSE estabelece que a proibição de publicidade institucional em período vedado visa impedir o uso da máquina pública em benefício de uma candidatura.

4. Por outro lado, a mera presença de símbolos ou slogans que remetem ao município, sem elementos de promoção pessoal ou vinculação explícita ao gestor, não caracteriza propaganda vedada, conforme art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/97.

4. No caso concreto, a permanência de placas com símbolos históricos e culturais de Penedo/AL, acompanhadas do slogan da Prefeitura, não apresenta evidência de enaltecimento pessoal do recorrente nem de favorecimento eleitoral, devendo ser afastada a caracterização de publicidade institucional vedada.

#### IV. Dispositivo e tese

5. Recurso provido para reformar a sentença e julgar improcedente a demanda, afastando a multa aplicada na origem.

Tese de julgamento: "A manutenção de símbolos e slogans de gestão municipal em bens públicos durante o período eleitoral, sem promoção pessoal do agente público ou o benefício eleitoral, não configura a conduta vedada do art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/97."

*Dispositivos relevantes citados:* Lei nº 9.504/97, art. 73, VI, b; Resolução TSE nº 23.608/2019, art. 44.

*Jurisprudência relevante citada:* TRE-AL, Rel. 06000615020246020050, Pleno, Rel. Ney Costa Alcantara De Oliveira, j. 06/11/2024; TRE-AL, Rel. 06000468920246020015, Pleno, Rel. Ney Costa Alcantara De Oliveira, j. 05/11/2024, TRE-MG, PETIÇÃO CÍVEL nº 060036907, Pleno, Rel. Des. Marcelo Vaz Bueno, j. 20/07/2022; TRE-MT, RE 60046420, Pleno, Rel. j. 28/09/2021.

(TRE-AL - REI: 06002738520246020013 PENEDO - AL 060027385, Relator.: Milton Gonçalves Ferreira Netto, Data de Julgamento: 26/11/2024, Data de Publicação: DJE-235, data 28/11/2024)

38. Assim, considerando a realidade documentada no processo, bem como os institutos jurídicos incidentes na espécie, NEGOU PROVIMENTO aos recursos tratados acima, mantendo-se incólume, por consequência, a sentença de primeiro grau.

39. É como voto.

III. REPRESENTAÇÃO ESPECIAL Nº 0600053-23.2024.6.02.0002, 0600058-83.2024.6.02.0054, 0600082-14.2024.6.02.0054 e 0600090-88.2024.6.02.0054

40. Embora a narrativa constante dos autos das representações acima citadas apresentem circunstâncias similares aos demais processos aqui debatidos no capítulo anterior-os quais sejam: a veiculação de placas exibindo a nova "logomarca" utilizada pela prefeitura do município, a personalização do referido símbolo para uso em campanha durante o período vedado, *etc.*-, essas merecem um destaque especial, dado que, ao ver desta Relatoria, verificam-se incontestes irregularidades.
41. Outrossim, reitero meu posicionamento quanto da legalidade da logomarca (discutida neste voto ainda no primeiro capítulo), de modo que passo adiante para a discussão sobre o que, de fato, tornaria as placas combatidas maculadas pela ilicitude.
42. *In casu*, o vício não se encontra no uso da logomarca individualmente, mas no teor das asserções proferidas, como por exemplo, nas seguintes placas:
43. As imagens acima colacionadas correspondem, respectivamente, às mídias impugnadas nos processos PJe 0600053-23.2024.6.02.0002, 0600082-14.2024.6.02.0054 e 0600090-88.2024.6.02.0054.
44. Consigna o art. 73, IV, 'b', da Lei das Eleições (Lei nº 9.504/97), *in verbis* (destaquei):

Art. 73. São proibidas aos agentes públicos, servidores ou não, as seguintes condutas tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre candidatos nos pleitos eleitorais:

(i)

VI - nos três meses que antecedem o pleito:

(i)

b) com exceção da propaganda de produtos e serviços que tenham concorrência no mercado, autorizar publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, salvo em caso de grave e urgente necessidade pública, assim reconhecida pela Justiça Eleitoral;

(i)

§ 1º Reputa-se agente público, para os efeitos deste artigo, quem exerce, ainda que transitoriamente ou sem remuneração, por eleição, nomeação, designação, contratação ou qualquer outra forma de investidura ou vínculo, mandato, cargo, emprego ou função nos órgãos ou entidades da administração pública direta, indireta, ou fundacional.

§ 2º A vedação do inciso I do caput não se aplica ao uso, em campanha, de transporte oficial pelo Presidente da República, obedecido ao disposto no art. 76, nem ao uso, em campanha, pelos candidatos a reeleição de Presidente e Vice-Presidente da República, Governador e Vice-Governador de Estado e do Distrito Federal,

Prefeito e Vice-Prefeito, de suas residências oficiais para realização de contatos, encontros e reuniões pertinentes à própria campanha, desde que não tenham caráter de ato público.

§ 3º As vedações do inciso VI do caput, alíneas b e c, aplicam-se apenas aos agentes públicos das esferas administrativas cujos cargos estejam em disputa na eleição.

§ 4º O descumprimento do disposto neste artigo acarretará a suspensão imediata da conduta vedada, quando for o caso, e sujeitará os responsáveis a multa no valor de cinco a cem mil UFIR.

§ 5º Nos casos de descumprimento do disposto nos incisos do caput e no § 10, sem prejuízo do disposto no § 4º, o candidato beneficiado, agente público ou não, ficará sujeito à cassação do registro ou do diploma. (Redação dada pela Lei nº 12.034, de 2009)

§ 6º As multas de que trata este artigo serão duplicadas a cada reincidência.

§ 7º As condutas enumeradas no caput caracterizam, ainda, atos de improbidade administrativa, a que se refere o art. 11, inciso I, da Lei nº 8.429, de 2 de junho de 1992, e sujeitam-se às disposições daquele diploma legal, em especial às cominações do art. 12, inciso III.

§ 8º Aplicam-se as sanções do § 4º aos agentes públicos responsáveis pelas condutas vedadas e aos partidos, coligações e candidatos que delas se beneficiarem.

(i)

45. De acordo com as mídias apresentadas, é plenamente possível identificar, através da linguagem utilizada nas asserções, o teor de enaltecimento/comemorativo ao exibir conquistas da gestão atual, com claro intuito de promover-se perante os habitantes/cidadãos-desnecessária, entretanto, a comprovação de motivação eleitoreira, dada a responsabilidade objetiva do agente nos casos de conduta vedada.

46. Veja:

"[...] Eleições 2018. Governador. [...] Conduta vedada. Publicidade institucional. Art. 73, VI, b, da Lei 9.504/97. Placas em obras públicas. [...] 3. Esta Corte já decidiu, em caso similar, que a presença de termos como 'mais uma obra do governo' em placas é o bastante para caracterizar a publicidade institucional vedada [...] 4. A teor da moldura fática do aresto a quo, as quatro placas de obras públicas na sede da Central de Abastecimento do Paraná S.A. (CEASA/PR), nos três meses que antecederam o pleito, continham não apenas dados técnicos como também as expressões 'mais uma obra'; 'Paraná Governo do Estado', a bandeira do Estado e o respectivo brasão, o que configura conduta vedada e, por conseguinte, autoriza impor multa. [...]".

(Ac. de 15.8.2019 no AgR-REspe nº 060229748, rel. Min. Jorge Mussi.)

47. A situação é clara de ofensa ao dispositivo supra, precisamente ao "(;) autorizar publicidade institucional dos atos, programas, obras, serviços (;)" durante o período vedado. Desvincula-se do "(;) dever de sinalizar as obras públicas que estão sendo realizadas na cidade", como defende o Recorrido em Contrarrazões, a partir do viés publicitário como as expressões "+ uma obra", "a maior obra ambiental da história de Maceió", "35 ruas pavimentadas +14Km de asfalto".
48. Relevante ao caso é citar o precedente assinalado pela Corte Superior, a medida que "*a permanência da propaganda institucional durante o período vedado configura ilícito, ainda que a divulgação tenha sido autorizada em momento anterior e independentemente de conteúdo eleitoral da mensagem, tendo em vista a disparidade em relação aos demais candidatos que não contam com a máquina pública para a divulgação de suas campanhas*" (AgR-AREspE nº 0600385-22/MG, Rel. Min. Ricardo Lewandowski, DJe de 7.3.2023).
49. De forma que configurada a transgressão da norma, resta-nos a avaliar a sanção a ser aplicada. Destacando-se que as múltiplas ações não implicam reincidência, uma vez que não houve condenação anterior e nem recalcitrância do gestor, uma vez que após intimado cumpriu liminarmente as ordens de remoção.
50. Porém, a sua leniência do cumprimento estrito da norma, ou seja, na remoção das placas antes do período vedado, deve receber punição proporcional a gravidade do ato.
51. Nos autos PJe 060053-23.2024.6.02.0002 a impugnação refere-se a uma placa correspondente ao "renasce salgadinho".
52. Nos autos Pje 0600058-83.2024.6.02.0054, das imagens colacionadas, quatro apresentam elementos publicitários que excedem os limites da impessoalidade e do caráter informativo para o período vedado, "mais asfalto, Santa Lúcia, 35 ruas pavimentadas, + 14 km de asfalto", "+ uma obra", outra placa do "Renasce Salgadinho", "mais asfalto Tabuleiro".
53. Nos autos PJe 0600082-14.2024.6.02.0054, a imagem "tá massa, tá gigante, + uma obra" também configura a irregularidade. O mesmo ocorre nos autos Pje 0600090-88.2024.6.02.0054, com a placa "+uma obra" do Mirante da Santa Amélia.
54. Da mesma forma se manifesta o Parquet Regional, no Rel 0600058-83.2024.6.02.0054, id. 10340342, a semelhança dos demais:

Além do teor publicitário, as placas apresentam conteúdo promocional, de enaltecimento das ações da administração pública municipal, com o uso de expressões como "mais uma obra", "mais asfalto", "a maior obra ambiental".

Para o Ministério Público Eleitoral, portanto, é evidente a veiculação de publicidade institucional durante o período vedado, sendo indiferente a referência expressa ao agente público, bastando que os elementos enalteçam a sua gestão, como no caso dos autos.

Nos termos do art. 73, §§4º e 5º, da Lei 9.504/97, o reconhecimento da conduta vedada acarreta aplicação de multa ao agente público responsável e, sem prejuízo da sanção de multa, cassação do registro ou do diploma do candidato beneficiado.

55. Desta feita, como já citado, a manutenção de propaganda institucional durante o período vedado autoriza, por si só, a imposição da multa prevista no art. 73, § 4º, da Lei nº 9.504/1997, sendo irrelevante o fato de a veiculação ter sido previamente autorizada ou instalada antes do marco temporal de proibição (RO-El nº 0600108-91/TO, Rel. Min. Tarcisio Vieira de Carvalho Neto, julgado em 6.5.2021, DJe de 27.5.2021).
56. Bem como, o reconhecimento da prática de conduta vedada enseja a aplicação da sanção pecuniária independentemente da existência de autorização ou anuência por parte do beneficiário do ato ilícito, nos termos dos §§ 4º e 8º do art. 73 da Lei nº 9.504/1997 (AgR-RO-El nº 0603705-69/GO, Rel. Min. Alexandre de Moraes, julgado em 16.9.2021, DJe de 20.10.2021).
57. Por conseguinte, com relação ao candidato a Vice-Prefeito RODRIGO SANTOS CUNHA, o qual foi chamado a integrar o polo passivo das respectivas ações, convicto de que este deverá ser responsabilizado, porém não na condição de agente público, mas como beneficiado do ilícito.
58. Neste sentido, os seguintes precedentes:

**EMBARGOS DE DECLARAÇÃO. RECURSO ORDINÁRIO. ELEIÇÕES 2014. GOVERNADOR E VICE-GOVERNADOR. CONDUTA VEDADA. ART. 73, VI, B, DA LEI 9.504/97. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL EM PERÍODO VEDADO. ILÍCITO DE CARÁTER OBJETIVO. MULTA. BENEFICIÁRIO. INCIDÊNCIA. REJEIÇÃO.** Acórdão Embargado 1. Em julgamento unânime, esta Corte Superior proveu parcialmente recurso ordinário em Ação de Investigação Judicial Eleitoral (AIJE) para aplicar multa de R\$ 5.350,00 a Luiz Fernando de Souza (Governador do Rio de Janeiro eleito em 2014), a Francisco Oswaldo Neves Dornelles (ViceGovernador) e à Coligação o Rio em 1º Lugar com base no art. 73, VI, b e §§ 4º e 8º, da Lei 9.504/97. 2. Assentou-se, em suma, prática de propaganda institucional, no sítio oficial do Governo do Estado, nos três meses que antecederam o pleito. 3. Francisco Dornelles opôs embargos de declaração. Apreciação dos Embargos 4. O suposto vício apontado denota propósito do embargante de rediscutir matéria já decidida, providência inviável na via aclaratória. Precedentes. 5. A divulgação de publicidade institucional em período vedado constitui ilícito de natureza objetiva e independe de conteúdo eleitoral. Precedentes. 6. Para incidência da sanção, não se exige que a conduta tenha sido praticada diretamente por partidos políticos, coligações e candidatos, bastando que qualquer um deles figure como beneficiário, nos termos do art. 73, § 8º, da Lei 9.504/97 e de precedentes desta Corte. Conclusão 7. Embargos de declaração rejeitados. (TSE, Embargos de Declaração em Recurso Ordinário n. 378375, Acórdão de 27.9.2016, Relator Min. ANTONIO HERMAN DE VASCONCELLOS E BENJAMIN, Publicação: DJE - Diário de justiça eletrônico, Tomo 199, Data 17.10.2016, Página 36-37.)

**AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL. PERÍODO VEDADO. MULTA. APLICAÇÃO. DIVERGÊNCIA JURISPRUDENCIAL. NÃO CONFIGURAÇÃO. DESPROVIMENTO.** 1. Basta a veiculação da propaganda institucional nos três meses anteriores ao pleito para a caracterização da conduta prevista no art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/97, independentemente do

momento em que autorizada. 2. Não se pode eximir os representados da responsabilidade pela infração, ainda que tenha ocorrido determinação em contrário, sob pena de ineficácia da vedação estabelecida na legislação eleitoral. 3. Ainda que nem todos os representados tenham sido responsáveis pela veiculação da publicidade institucional, foram por ela beneficiados, motivo pelo qual também seriam igualmente sancionados, por expressa previsão do § 8º do art. 73 da Lei nº 9.504/97. 4. Divergência jurisprudencial não configurada. 5. Agravo regimental desprovido. (Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral n. 35517, Acórdão de 01.12.2009, Relator Min. MARCELO HENRIQUES RIBEIRO DE OLIVEIRA, Publicação: DJE - Diário da Justiça Eletrônico, Data 18.02.2010, Página 26.)

59. Entretanto, destaque-se no caso concreto, não se evidenciou impacto relevante capaz de comprometer a isonomia entre os candidatos, revelando-se a aplicação de multa medida suficiente e proporcional à irregularidade verificada.
60. Neste sentido, para que se justifique a cassação do registro ou diploma, é indispensável a demonstração da gravidade qualitativa e quantitativa da conduta imputada. O Tribunal Superior Eleitoral tem reiterado que referida sanção somente é cabível quando comprovado o efetivo desequilíbrio no pleito, decorrente da prática ilícita (AIJE nº 0600814-85, Rel. Min. Benedito Gonçalves, DJe de 02.08.2023).
61. Assim, no contexto de uma litigância de 15 ações judiciais, apenas quatro têm aptidão para gerar condenação dos impugnados, logo entendo proporcional e razoável a fixação de multa no valor de 20.000,00 reais para o gestor JOÃO HENRIQUE CALDAS e multa de 5.000,00 reais para o candidato beneficiado, em virtude do beneficiamento da chapa, o vice RODRIGO SANTOS CUNHA.
62. Neste diapasão, com base nas circunstâncias fáticas do caso concreto, bem como os institutos jurídicos incidentes na espécie, DOU PARCIAL PROVIMENTO aos recursos acima tratados.
63. É como voto.

#### IV. CONCLUSÃO

64. Ante todo o exposto, e na linha do parecer ministerial, VOTO no sentido de:
65. (i) NEGAR PROVIMENTO aos recursos PJe 0600085-66.2024.6.02.0054, 0600087-36.2024.6.02.0054, 0600050-68.2024.6.02.0002, 0600052-38.2024.6.02.0002, 0600051-53.2024.6.02.0002, 0600079-59.2024.6.02.0054, 0600081-29.2024.6.02.0054, 0600084-81.2024.6.02.0054, 0600083-96.2024.6.02.0054, 0600086-51.2024.6.02.0054, 0600088-21.2024.6.02.0054-em virtude de se tratarem de símbolo de identidade do município, não instrumento de identificação pessoal ao candidato e/ou seu grupo político-, mantendo-se a sentença de improcedência;
66. (ii) DAR PARCIAL PROVIMENTO aos recursos PJe 0600053-23.2024.6.02.0002, 0600058-83.2024.6.02.0054, 0600082-14.2024.6.02.0054 e 0600090-88.2024.6.02.0054-em razão da promoção pessoal veiculada nas placas espalhadas pelo município-, reformando-se, por consequência, a sentença de Origem, para aplicar A) multa no valor de 20.000,00 reais para o gestor JOÃO HENRIQUE

HOLANDA CALDAS; e B) multa de 5.000,00 reais para o candidato beneficiado, em virtude do beneficiamento da chapa, o vice RODRIGO SANTOS CUNHA.

67. É como voto.

Des. Eleitoral RODRIGO PRATA MALTA LIMA

Relator

DECLARAÇÃO DE VOTO - DES. ELEITORAL SÓSTENES ALEX COSTA DE ANDRADE

Senhores Desembargadores, dispenso o Relatório, tendo em vista já constar do processo e de forma detalhada.

Inicialmente, esclareço que pedi vistas do presente bloco apenas para verificar os fundamentos utilizados na sentença de 1º grau para afastar as irregularidades nas propagandas constantes nos processos 0600053-23.2024; 0600058-83.2024; 0600082-14.2024 e 0600090-88.2024.

Dito isso, e após minuciosa análise do caso, especificamente das propagandas ali questionadas, chego a conclusão de que não merece reparos o detalhado voto do eminente relator.

De fato, não há vício na utilização da logomarca utilizada pela Prefeitura com o símbolo da jangada, conforme já muito bem dito no voto.

Todavia, nas propagandas impugnadas especificamente nesses quatro processos supra mencionados, restou incontestado a utilização indevida de enaltecimento e promoção do gestor com a utilização de frases como: *"A maior obra ambiental da história de Maceió", "+ uma obra" (com a logomarca da prefeitura -jangada), "tá massa, tá gigante, + uma obra", "mais asfalto, Santa Lúcia, 35 ruas pavimentadas, + 14 km de asfalto", etc.*

Acerca da matéria, o colendo TSE já firmou o entendimento de que é ilícita a permanência da propaganda institucional no período vedado, ainda que autorizada anteriormente, tudo no intuito de tentar preservar a igualdade entre os candidatos.

Desse modo, conforme devidamente consignado no parecer da Procuradoria Regional Eleitoral e também no voto proferido pelo eminente relator, entendo caracterizada a conduta vedada prevista no art. 73, VI, b, da

Lei das Eleições, sendo cabível a aplicação de multa nos quatro processos mencionados.

Ante o exposto, sem delongas, acompanho na íntegra o bem lançado voto do Desembargador Relator, Rodrigo Malta Prata Lima, em todos os seus termos.

É como voto.

Des. Eleitoral SÓSTENES ALEX COSTA DE ANDRADE