



**PODER JUDICIÁRIO**

**TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DE ALAGOAS**

**RECURSO ELEITORAL(11548) Nº 0600054-08.2024.6.02.0002**

**PODER JUDICIÁRIO**

**TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL**

**RECURSO ELEITORAL (11548) - 0600054-08.2024.6.02.0002 - Maceió - ALAGOAS**

**RELATORA: Desembargadora NATÁLIA FRANÇA VON SOHSTEN**

**RECORRENTE: ELEICAO 2024 RAFAEL DE GOES BRITO PREFEITO, COLIGAÇÃO MACEIÓ LEVADA A SÉRIO**

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

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

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

**Representantes do(a) RECORRIDA: LUIZ FELLIPE PADILHA DE FRANCA - AL11679, TAYNARA ALVES MESSIAS - AL16954, LEONARDO CAVALCANTE EPIFANIO - AL20698, HUGO VELOSO CAVALCANTE - AL14747-A, DANIEL PADILHA VILANOVA - AL16839, THIAGO RODRIGUES DE PONTES BOMFIM - AL6352-A, FELIPE RODRIGUES LINS - AL6161-A, FABIANO DE AMORIM JATOBA - AL5675-A**

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

*Ementa:* DIREITO ELEITORAL. RECURSOS ELEITORAIS. REPRESENTAÇÕES ESPECIAIS. CONDUTA VEDADA (ART. 73, VI, "B", LEI Nº 9.504/97). USO DO SLOGAN "MACEIÓ É MASSA". TOTENS TURÍSTICOS, LETREIRO URBANO E JINGLE DE CAMPANHA. EXPRESSÃO POPULAR E CULTURAL. FINALIDADE TURÍSTICA. AUSÊNCIA DE PROMOÇÃO DE ATOS, OBRAS OU SERVIÇOS PÚBLICOS. INEXISTÊNCIA DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL. IMPROCEDÊNCIA MANTIDA. RECURSOS DESPROVIDOS.

## I. CASO EM EXAME

1. Recursos interpostos contra sentença que julgou improcedentes três representações por conduta vedada (art. 73, VI, "b", da Lei das Eleições), em razão do uso do slogan "Maceió é Massa" em totens turísticos, letreiro urbano e jingle de campanha do candidato à reeleição ao cargo de Prefeito de Maceió.

## II. QUESTÃO EM DISCUSSÃO

2. Definir se a utilização da expressão "Maceió é Massa" em estruturas urbanas de caráter turístico e em jingle de campanha caracteriza publicidade institucional vedada ou se, ao contrário, constitui expressão popular de exaltação cultural e turística, legitimamente apropriada em contexto eleitoral.

## III. RAZÕES DE DECIDIR

3. O slogan "Maceió é Massa" tem natureza popular e cultural, amplamente assimilada pela coletividade como forma de valorização turística da capital alagoana, não se tratando de marca pessoal da gestão.

4. Totens e letreiros instalados em pontos turísticos desempenham função de marketing cultural e de fomento ao turismo, sem alusão a atos, obras ou serviços públicos, inexistindo, portanto, subsunção ao conceito de publicidade institucional vedada.

5. O jingle de campanha "JHC é Massa" enquadra-se como propaganda eleitoral típica, em que o candidato se apropria de jargão popular para se comunicar com o eleitor. Trata-se de estratégia legítima no processo de convencimento político, sujeita à avaliação crítica do eleitorado.

6. A jurisprudência do TSE admite que candidatos à reeleição apresentem feitos de sua gestão em campanha eleitoral, desde que sem uso de estrutura pública em período vedado. De igual modo, a Corte já decidiu que a mera utilização de imagem de bem público em propaganda eleitoral não configura, por si só, conduta vedada (TSE, RO nº 0602196-65, Min. Edson Fachin, DJe 14.4.2020).

7. Ausente o elemento nuclear da conduta ilícita - promoção pessoal de gestor por meio de atos da administração -, não há falar em violação à isonomia eleitoral, tampouco em incidência do art. 73, VI, "b", da Lei nº 9.504/97.

#### IV. DISPOSITIVO E TESE

8. Recursos a que se nega provimento, mantendo-se integralmente a sentença que julgou improcedentes as representações.

9. *Tese de julgamento*: "A utilização do slogan popular 'Maceió é Massa', em totens turísticos, letreiros urbanos e jingles de campanha, não configura publicidade institucional vedada, por não promover atos, obras ou serviços públicos, mas constituir exaltação cultural e turística da cidade. Sua apropriação em propaganda eleitoral insere-se no campo legítimo da disputa política, não incidindo na vedação do art. 73, VI, 'b', da Lei nº 9.504/97".

Acordam os desembargadores do Tribunal Regional Eleitoral de Alagoas, Acordam os Desembargadores do Tribunal Regional Eleitoral de Alagoas, à unanimidade de votos, em NEGAR PROVIMENTO aos recursos Pje nº 0600078-74.2024.6.02.0054, 0600130-70.2024.6.02.0054 e 0600054-08.2024.6.02.0002, mantendo-se inalterada a sentença de 1º grau, nos termos do voto da Relatora.

Maceió, 02/10/2025

Desembargadora Eleitoral NATÁLIA FRANÇA VON SOHSTEN

#### RELATÓRIO

1. Trata-se de julgamento conjunto dos recursos eleitorais interpostos por COLIGAÇÃO "MACEIÓ LEVADA À SÉRIO" e MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO (MDB), DIRETÓRIO MUNICIPAL DE MACEIÓ/AL contra sentença proferida pelo Juízo da 02ª Zona Eleitoral, na qual foram julgadas improcedentes as representações eleitorais 0600054-08.2024.6.02.0002, 0600078-74.2024.6.02.0054 e 0600130-70.2024.6.02.0054, 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. Em resumo, de acordo com a sentença, constata-se que as controvérsias narrada nos autos giram em torno de:

a) REI 0600130-70.2024.6.02.0054 - o uso de totens contendo o slogan "#Maceió é Massa" na Praça Gogo Ema, 485 - Ponta Verde, Maceió/AL, CEP: 57020-970, no Marcos dos Corais;

b) REI 0600078-74.2024.6.02.0054 - instalação de letreiro às margens da Avenida Josepha de Mello, no bairro de Cruz das Almas, contendo o slogan "Maceió é Massa";

c) REI 0600054-08.2024.6.02.0002 - jingle de campanha proferindo reiteradamente o slogan "Maceió é Massa" como base de identidade da campanha à reeleição do Prefeito JHC.

3. Nas razões do *decisum*, consignou que, *"O slogan 'Maceió é Massa' vai muito além de uma frase fácil de lembrar - ele carrega uma energia cultural e simbólica que encanta moradores e visitantes. Mais do que promover figuras públicas ou campanhas, essa expressão celebra o nome da cidade, reforçando o orgulho dos maceioenses e destacando as belezas turísticas, culturais e históricas que tornam Maceió um destino único",* que *"Não há comprovação que aponte para a incidência dos requisitos caracterizadores de publicidade institucional vedada. Os referidos totens e letreiros com a frase 'Maceió é Massa' tiveram como única finalidade o fomento do turismo em nossa capital" e, por fim, que "[a] divulgação da frase 'JHC é Massa' em um Jingle de campanha não atende aos critérios que configurariam publicidade institucional proibida, não havendo evidência de qualquer interferência que comprometa a equidade do processo eleitoral".*

4. Inconformado, o Recorrente aduz que *"Letreiros, placas, campanhas de comunicação e instalações físicas nos bairros de Maceió replicam incessantemente o slogan - uma apropriação estética e simbólica do território urbano que, em contexto eleitoral, compromete gravemente a paridade entre candidatos, ao manter em circulação uma marca associada diretamente ao agente político candidato à reeleição".*

5. Argumenta, além disso, que *"A coligação do representado não apenas utilizou o slogan como transformou-o em jingle eleitoral ('JHC é Massa'), em clara tentativa de capitalizar eleitoralmente a imagem construída com dinheiro e estrutura da Prefeitura",* que *"O slogan, novamente, não foi utilizado em qualquer contexto informativo, educativo ou de orientação social-seu uso foi marcadamente simbólico, reiterando a associação entre o gestor e os espaços públicos revitalizados, o que compromete gravemente a isonomia do pleito".*

6. Pugna-se pelo reconhecimento da prática de conduta vedada e pela consequente aplicação de multa e cassação de registro ou diploma dos recorridos, conforme os §§4º e 5º do art. 73 da Lei 9.504/97.

7. Foram apresentadas Contrarrazões de JOÃO HENRIQUE HOLANDA CALDAS, nas quais afirma o seguinte: *"A expressão 'Maceió é Massa' pertence à cidade de Maceió e aos seus cidadãos. Não há, e nem poderia haver, qualquer viés pessoalizado a esse termo, que é utilizado de maneira corriqueira pelos maceioenses que se orgulham de sua terra, como um jargão popular" e "[à] propósito,*

*demonstrando a popularidade e o amplo alcance da expressão 'massa', destaque-se que que o próprio candidato da coligação recorrente já vinha se utilizando da referida gíria em suas redes sociais antes mesmo do recorrido".*

8. Nas Contrarrazões de RODRIGO SANTOS CUNHA, reitera-se as arguições acima, arrematando que "*(i) não há qualquer elemento fático que demonstre que o recorrido Rodrigo Santos Cunha tenha anuído ou concorrido, de qualquer maneira, para a eventual prática de publicidade institucional - uma vez que sequer integrava os quadros do Executivo municipal -, reforça-se que a aplicação de qualquer sanção em face de sua pessoa se revela desmedida e desproporcional*".
9. Oficiando nos autos, o Douto Procurador Regional Eleitoral emitiu Pareceres manifestando-se pelo parcial provimento dos recursos de nº 0600078-74.2024.6.02.0054 e 0600130-70.2024.6.02.0054, com a condenação dos recorridos à pena de multa, nos termos do art. 73, §§ 4º e 8º, da Lei 9.504/97, e pelo desprovimento do recurso PJe nº 0600054-08.2024.6.02.0002.
10. É, em breve suma, o relato.

## VOTO

11. 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.
12. Feito o juízo de admissibilidade, prossigo para o exame de mérito.
13. 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 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.
14. Colaciono a baixo as fundamentações utilizadas pelo Magistrado *a quo* (grifei):

(i)

No caso em apreço, verifico que o deslinde não exige maiores divagações, haja vista que se encontra limitado à verificação da subsunção ou não das condutas dos investigados às vedações legais.

A controvérsia consiste, especificamente, em saber: 1) Se os referidos *Totens*, com os dizeres "Maceió é Massa" espalhados em diversos pontos turísticos da cidade no período anterior ao pelito [*sic*], colocadas pela Prefeitura de Maceió, associadas à logomarca da Prefeitura, logo essa criada pelo Decreto Municipal n. 9.049, de 12 de março de 2021 (imagem de uma jangada, nas cores laranja e azul), constituiriam a conduta

vedada de divulgação de publicidade institucional de programas ou campanhas públicas do governo municipal, além de ferir o princípio constitucional da impessoalidade; e 2) Se o uso do Jingle "JHC é Massa" pelo representado em seu guia eleitoral incidiria na referida conduta vedada.

Com relação ao primeiro ponto, não vislumbro a incidência da conduta vedada prevista no art. 73, VI, "b" da Lei n. 9.504/97 na simples colocação de um totem ou letreiro escrito "Maceió é Massa" em determinado espaço público da orla de Maceió ou outro ponto turístico da cidade. Não há no referido totem ou letreiro referência às candidaturas dos representados, nem mesmo indiretamente.

O slogan "Maceió é Massa" vai muito além de uma frase fácil de lembrar - ele carrega uma energia cultural e simbólica que encanta moradores e visitantes. Mais do que promover figuras públicas ou campanhas, essa expressão celebra o nome da cidade, reforçando o orgulho dos maceioenses e destacando as belezas turísticas, culturais e históricas que tornam Maceió um destino único.

Essa força simbólica faz com que o slogan esteja presente tanto em ações oficiais de incentivo ao turismo quanto nas manifestações espontâneas dos moradores, seja nas redes sociais, em festas culturais ou espalhado pelos pontos turísticos da capital. Não se trata de um jargão político, mas de um verdadeiro convite para viver e se encantar com tudo o que Maceió tem a oferecer.

Não há comprovação que aponte para a incidência dos requisitos caracterizadores de publicidade institucional vedada. Os referidos totens e letreiros com a frase "Maceió é Massa" tiveram como única finalidade o fomento do turismo em nossa capital.

Nas palavras do douto representante do MPE "(;) a frase objeto de questionamento faz alusão à cidade de Maceió e não à pessoa do representado, não possuindo o condão de interferir na vontade do eleitor. Nela não consta o nome ou a imagem do representado e não há nenhuma referência a ele. Trata-se de uma frase concebida para virar hashtag e impulsionar as publicações nas redes sociais, exaltando as belezas naturais da cidade, incrementando o turismo".

E conclui seu posicionamento explanando que "(;) a simples aposição de um letreiro em local distante, ainda que em destaque, não constitui conduta vedada ou que sequer que seja passível de desequilibrar o pleito em favor do representado, favorecendo a sua candidatura" (manifestação, petição Id. 123213727).

Quanto ao segundo aspecto, também entendo não configurada qualquer conduta vedada na divulgação de um Jingle intitulado "JHC é Massa" pelo representado em seu guia eleitoral. [;]

Não há como extrair do mencionado jingle qualquer violação à norma eleitoral contida no art. 73, VI, "b" da

Lei n. 9.504/97. Não há como subsumir tal fato ao conceito de publicidade institucional vedada, uma vez que esta é utilizada pelo administrador público ara [sic] promover a imagem de seu governo, defender atos administrativos ou ampliar a divulgação de suas realizações com uso de recursos públicos.

A divulgação da frase "JHC é Massa" em um Jingle de campanha não atende aos critérios que configurariam publicidade institucional proibida, não havendo evidência de qualquer interferência que comprometa a equidade do processo eleitoral. Dessa forma, diante da inexistência de elementos que indiquem vantagem eleitoral ou violação à igualdade de condições entre os candidatos, conclui-se pela rejeição das alegações apresentadas pelo autor.

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.

(i)

15. Mantenho o julgamento conjunto das ações, a fim de facilitar a análise da controvérsia.
16. Primeiramente, cumpre-nos destacar que o objeto principal da impugnação das Representações referem-se ao bordão "Maceió é Massa" inaugurado pela gestão do Prefeito João Henrique Caldas e com forte aceitação da sociedade maceioense.
17. No que concerne à utilização da figura da Jangada, em sua versão estilizada, concebida como elemento de identidade visual moderna da Prefeitura de Maceió, cumpre registrar que tal temática já foi objeto de amplo debate e exaustiva análise em outras representações eleitorais sob minha relatoria, ocasião em que restou devidamente delimitado o alcance e a natureza jurídica de referido símbolo institucional.
18. Cito as Representações 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.
19. No voto apresentado (julgamento conjunto das 15 RPs) tratei do tema da seguinte maneira: A logomarca institucional (jangada) instituída por Decreto Municipal nº 9.049/2021, isoladamente, não personaliza a gestão nem desequilibra o pleito; a ilicitude decorre do uso combinado do slogan com frases de promoção pessoal do gestor, mantidas durante o período vedado.

20. Neste sentido, mantenho o entendimento e considero não ser o símbolo da jangada o ponto nevrálgico das Representações aqui julgadas, mas sim a expressão "Maceió é Massa" (0600054-08.2024.6.02.0002, 0600078-74.2024.6.02.0054 e 0600130-70.2024.6.02.0054).
21. Assim, concluo que a utilização da figura da jangada estilizada, quando dissociada de qualquer expressão de enaltecimento da gestão ou de elemento que sugira promoção pessoal do administrador, não extrapola os limites do uso impessoal da marca institucional, mantendo-se dentro da esfera legítima da identidade visual do Município.
22. Esclarecidas as questões iniciais, o recorrente alega que as ações, embora possuam o mesmo núcleo temático, referem-se a fatos distintos, praticados em contextos diversos, o que motivou o ajuizamento autônomo de cada uma das ações, motivo pelo qual as individualiza nos presentes recursos:

1. Representação nº 0600078-74.2024.6.02.0054

Impugna a manutenção de letreiro urbano com os dizeres "Maceió é Massa", instalado em área pública de alto fluxo (Avenida Josefa de Mello, bairro Cruz das Almas), mesmo após o início do período vedado. A estrutura permaneceu exposta com a logomarca e identidade visual da gestão atual, tendo sido custeada com recursos públicos e funcionando como símbolo de fixação de imagem institucional.

2. Representação nº 0600130-70.2024.6.02.0054

Refere-se à instalação de placa publicitária com o mesmo slogan institucional durante o evento "Chuveiro ou Dinheiro", promovido pelo influenciador Lucas Guimarães, no Marco dos Corais, também em período vedado. A estrutura foi estrategicamente posicionada para visibilidade de massa, em evento de ampla repercussão, com forte potencial de confusão entre gestão pública e candidatura à reeleição.

3. Representação nº 0600054-08.2024.6.02.0002

Trata da utilização do slogan institucional adaptado como jingle de campanha: "JHC é Massa". A frase repete a estrutura fonética e simbólica do mote da atual administração, cuja marca institucional foi amplamente promovida com recursos públicos ao longo dos últimos anos. A adaptação buscou claramente transferir ao candidato os atributos da gestão pública, apropriando-se de forma indevida de um patrimônio institucional.

23. Assim, seguimos ao exame das Representações nº 0600078-74.2024.6.02.0054 e 0600130-70.2024.6.02.0054 e 0600054-08.2024.6.02.0002 de acordo com o objeto tratado.

24. No caso específico dos presentes autos, conforme o relato, a conduta atribuída consubstancia-se na veiculação do slogan "Maceió é Massa" em (i) totens no evento de grande público promovido por influenciador digital, na Praça Gogo Ema, 485 - Ponta Verde, Maceió/AL, CEP: 57020-970, no

Marcos dos Corais; e (ii) em letreiro às margens da Avenida Josepha de Mello, no bairro de Cruz das Almas, como se vê:

25. Pois bem, considero não configurada a ilicitude da publicidade institucional pelos motivos que abaixo exponho:
26. A Constituição da República, em seu art. 37, § 1º, veda que a publicidade oficial contenha nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades. Por sua vez, o art. 73, VI, "b", da Lei nº 9.504/97 proíbe, nos três meses que antecedem as eleições, a veiculação de publicidade institucional de atos, programas, obras e serviços públicos, salvo em situações excepcionais.
27. O núcleo protetivo da norma é a isonomia entre candidatos, evitando-se que quem ocupa cargo público se beneficie da máquina administrativa em detrimento da concorrência eleitoral.
28. O exame do conjunto probatório evidencia que o slogan "Maceió é Massa" não se refere a programa, obra ou serviço da administração. Trata-se de expressão popular, típica da gíria regional, que foi incorporada à identidade cultural e turística da cidade.
29. A frase não personaliza a gestão, mas exalta o município, funcionando como convite ao turismo e como reforço do orgulho local. Como bem destacou a sentença, a energia simbólica do slogan ultrapassa qualquer gestão, integrando-se ao patrimônio imaterial da coletividade.
30. Os totens instalados nos pontos turísticos de Maceió cumprem finalidade cultural e turística inequívoca. Atraem a atenção de moradores e visitantes, que os fotografam e compartilham espontaneamente em redes sociais, numa dinâmica típica da vida contemporânea. Essas manifestações, que multiplicam a visibilidade da cidade, não representam apoio político nem adesão à gestão municipal, mas apenas a natural admiração pela paisagem urbana e pelo destino turístico.
31. É perceptível e notório que a administração municipal buscou adotar estratégias de promoção das belezas naturais e culturais, de interesse turístico, inclusive mediante a criação de esculturas e letreiros que funcionam como pontos de convivência e de registro fotográfico. Esse tipo de política pública é hoje amplamente adotado em cidades nacionais e estrangeiras, funcionando como instrumentos de marketing turístico com capacidade de manter a cidade em evidência e gerar impulsionamento espontâneo nas redes sociais.
32. A associação da expressão "Maceió é Massa" a esse contexto turístico foi deliberadamente pensada para alavancar o setor, fomentar a economia local e ampliar a visibilidade da capital alagoana. O investimento público, nesse cenário, não se destinou a enaltecer a gestão ou o gestor, mas a projetar a imagem da cidade e valorizar seu patrimônio cultural e natural, em benefício da coletividade.
33. O raciocínio acusatório, entretanto, parte de uma lógica invertida: pretende transformar em ilícito eleitoral o fato de que, em campanha, o gestor possa colher dividendos políticos de políticas públicas que implementou. Ora, é assente na jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral que gestores, em pleitos de reeleição, podem apresentar os feitos de sua administração em propaganda eleitoral, porquanto se trata de conduta inerente ao embate político, submetida ao crivo do eleitorado.
34. A pretensão de proibir o candidato de associar-se a um legado que pertence à sua gestão - ainda que se trate de estratégia de promoção turística - equivaleria a restringir indevidamente o direito de

comunicação política e o debate democrático. Cabe ao eleitor, e não à Justiça Eleitoral, valorar se tais iniciativas foram exitosas ou insuficientes. O controle jurisdicional só se legitima quando há efetiva promoção pessoal de obras e serviços públicos mediante uso da máquina administrativa em período vedado, o que não se configurou no caso.

35. Vejam que o Recurso Pje 0600054-08.2024.6.02.0002 trata de *jingle* de campanha do prefeito, e aqui se tenta estabelecer a confusão:

*Já fazia tanto tempo Que a esperança não chegava pra você*

*Foi aí que botei fé em um amigo Valeu a pena tá contigo JHC*

*JHC é massa! 22 é trabalho que não para.*

*JHC JHC é massa! 22 é trabalho que não para.*

*Não para de cuidar dessa cidade Porque o povo te conhece*

*Você é nosso gigante Vem, por isso a gente te guarda dentro*

*do peito Não tem jeito, não tá dentro do coração.*

*JHC JHC é massa! 22 é trabalho que não para.*

*JHC JHC é massa! 22 é trabalho que não para.*

*É bonito ver nossa Maceió voando alto Nesse eu levo fé Jota*

*Vamos juntos sabe como é Meu prefeito é ele que tem foguete*

*no pé Me guido empoblido no pé, vai!*

*JHC JHC é massa! 22 é trabalho que não para.*

*JHC JHC é massa! 22 é trabalho que não para.*

*Prefeito é ele que trabalha na real, do Biu ao Pontal Do*

*Vergel ao Jaça. Prefeito é ele, sonha junto e voa alto tem*

*coragem pra fazer, JHC é massa.*

*JHC JHC é massa! 22 é trabalho que não para.*

*JHC JHC é massa! 22 é trabalho que não para.*

*Não para, não para, não para não É 22, Não para, não, não*

*para, não para, não para Não para, é 22!*

36. Note-se que ao difundir a música, o recorrido não figura como agente público, mas como candidato à reeleição. Nesta perspectiva, a peça se enquadra como típica propaganda eleitoral, desvinculada da esfera administrativa do município e promovida em caráter particular, razão pela qual não há como subsumi-la ao conceito de publicidade institucional vedada pela legislação eleitoral.
37. O que há é uma impropriedade decorrente da confusão entre propaganda institucional e eleitoral. A Coligação recorrente procura confundir conceitos distintos: Propaganda institucional é aquela que promove feitos da gestão com recursos públicos, em benefício da autoridade que ocupa o cargo. Já a propaganda eleitoral é a comunicação feita pelo candidato em campanha, com finalidade clara de angariar votos.
38. Quando o candidato JHC utilizou a expressão "JHC é Massa" em jingle, produziu propaganda eleitoral legítima. A associação entre a cidade e sua candidatura pode gerar aprovação ou críticas, mas isso se insere no jogo democrático e não caracteriza uso indevido da máquina pública.
39. É natural que, em processos de reeleição, candidatos se apresentem ao eleitorado a partir do legado simbólico de sua gestão. O uso de um slogan popularmente associado à cidade pode ser visto como virtude ou como defeito.
40. Perceba-se que a legislação eleitoral não veda ao candidato à reeleição a exibição de suas realizações durante a campanha.

ELEIÇÕES 2020. AGRAVO REGIMENTAL. RECURSO ESPECIAL. AÇÃO DE INVESTIGAÇÃO JUDICIAL ELEITORAL. PREFEITO. CANDIDATOS AOS CARGOS DE PREFEITO E VICE-PREFEITO. ABUSO DE AUTORIDADE. ABUSO DO PODER POLÍTICO. CONDUTA VEDADA. PROPAGANDA INSTITUCIONAL. ART. 73, VI, B, DA LEI Nº 9.504/97. DIVULGAÇÃO DE OBRAS REALIZADAS DURANTE O MANDATO. REDE SOCIAL. PERFIL PESSOAL. NÃO DEMONSTRAÇÃO DE EMPREGO DA MÁQUINA PÚBLICA. ACÓRDÃO REGIONAL EM CONFORMIDADE COM A JURISPRUDÊNCIA DO TSE. SÚMULA Nº 30/TSE. DESPROVIMENTO. 1. Conforme jurisprudência deste Tribunal Superior, "a veiculação de postagens sobre atos, programas, obras, serviços e/ou campanhas de órgãos públicos federais, estaduais ou municipais em perfil privado de rede

social não se confunde com publicidade institucional autorizada por agente público e custeada com recursos públicos, a qual é vedada nos três meses que antecedem as eleições (art. 73, VI, b, da Lei nº 9.504/1997)" (AgR-REspE nº 376-15/ES, Rel. Min. Luís Roberto Barroso, DJe de 17.4.2020). Incidência da Súmula nº 30/TSE. 2. Agravo regimental desprovido.

(TSE - AgR: 06005468620206240047 TREZE TÍLIAS - SC 060054686, Relator.: Min . Carlos Horbach, Data de Julgamento: 30/06/2022, Data de Publicação: DJE - Diário da justiça eletrônico, Tomo 147)

41. Trata-se, portanto, de comportamento próprio do processo democrático, que confere ao eleitor o direito de avaliar a continuidade ou a alternância no poder. Transformar esse expediente em ilícito eleitoral equivaleria a restringir a liberdade política e cultural de expressão da sociedade.
42. No caso concreto, a tese acusatória carece de plausibilidade jurídica. A tentativa de confundir a valorização de uma expressão popular com a realização de propaganda institucional, quando ausente o elemento nuclear do ilícito: a promoção de atos, obras ou serviços da administração mediante uso da máquina pública.
43. Nesta seara, embora respeitável, o parecer ministerial incorre em equívoco ao sustentar a ocorrência de conduta vedada nos totens e letreiros. Afasto tal entendimento porque: a) não houve promoção de obras ou serviços associada às imagens impugnadas; b) a expressão "Maceió é Massa" não identifica o Prefeito; c) a finalidade foi turística e cultural.
44. Os totens e letreiros impugnados situam-se em pontos turísticos e urbanos, com finalidade de valorização cultural e promoção da imagem da cidade. Não há menção ao gestor, tampouco enaltecimento de obras ou serviços específicos.
45. Vejam as imagens:
  
46. 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.

47. Posto isso, 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)

48. Destaco, neste ponto, que o recorrente mencionou no recurso da RP 0600130-70.2024.6.02.0054 que a impugnação se refere à *"instalação de placa publicitária com o mesmo slogan institucional durante o evento 'Chuveiro ou Dinheiro', promovido pelo influenciador Lucas Guimarães, no Marco dos Corais, também em período vedado. A estrutura foi estrategicamente posicionada para visibilidade de massa, em evento de ampla repercussão, com forte potencial de confusão entre gestão pública e candidatura à reeleição"*.
49. Na RP 0600078-74.2024.6.02.0054, o recorrente destaca que *"a primeira conduta impugnada refere-se à instalação de um letreiro público com os dizeres 'Maceió é Massa' no bairro de Cruz das Almas, situado em área de grande fluxo turístico e visibilidade urbana"*.
50. Verifica-se, ademais, que o recorrente buscou vincular a instalação da placa com a inscrição "Maceió é Massa" ao evento privado promovido por um influenciador digital.
51. Todavia, tal assertiva não encontra amparo jurídico, inexistente prova apta a sustentar a imputação de responsabilidade institucional pelo evento privado, a divulgação das imagens decorre de ato espontâneo em evento particular em nada incrementam a responsabilidade do agente público.
52. Logo, como ficou evidenciado, decidiu acertadamente o magistrado ao julgar improcedentes as representações por não estar configurada a propaganda institucional em período vedado, uma vez que a expressão em letreiros "Maceió é Massa" faz parte de um conjunto de estratégia de instalação de elementos populares e culturais, elementos estes incorporados ao convívio urbano, para promoção do turismo, fazendo parte e representando a exaltação da cidade.
53. Por outro lado, o jingle de campanha "JHC é massa" refere-se" à propaganda eleitoral, a qual poderia ser enfrentada em ação própria sobre sua adequação ou não. De qualquer sorte, para os fins propostos pelo recorrente, não se configura propaganda institucional em período vedado.
54. Por fim, sem mais delongas, com base nas circunstâncias fáticas do caso concreto, bem como os institutos jurídicos incidentes na espécie, voto no sentido de NEGAR PROVIMENTO aos recursos Pje nº 0600078-74.2024.6.02.0054, 0600130-70.2024.6.02.0054 e 0600054-08.2024.6.02.0002, mantendo-se inalterada a sentença de 1º grau.
55. É como voto.

Des. Eleitoral NATALIA FRANCA VON SOHSTEN

Relatora