

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA**

Reitoria

Comissão de Ética Eleitoral

Av. João Naves de Ávila, 2121, Bloco 3P - Bairro Santa Mônica, Uberlândia-MG, CEP 38400-902

Telefone: - reitoria@ufu.br



**PARECER Nº** 2/2024/COETE/REITO  
**PROCESSO Nº** 23117.039638/2024-12  
**INTERESSADO(S):** COMISSÃO DE ÉTICA ELEITORAL  
**ASSUNTO:** Digite aqui o texto do assunto... .. .

Digite aqui o texto do item da  
ementa... .. .

**COMISSÃO DE ÉTICA ELEITORAL**

**Ementa:** Consulta à Comissão de Ética Eleitoral a respeito de suposta violação das regras estabelecidas na Resolução n. 79 do CONSUN

**Interessado:** Chapa UFU com Você

**Data:** 18/06/2024.

A Comissão de Ética Eleitoral, no uso das competências constantes do art. 9º, III da Resolução CONSUN n. 79, de 20 de maio de 2024, visando à organização das listas tríplexes para escolha do(a) Reitor (a) e do(a) Vice-Reitor(a), a ser realizada por meio de votação eletrônica *online*, utilizando o sistema de votação *online Helios Voting*, em resposta aos representantes da Chapa UFU com Você, no que tange ao processo de divulgação das candidaturas, arts. 14 a 20 da Resolução n. 79 do CONSUN, bem como a orientação às chapas envolvidas na Consulta Eleitoral e remota junto à Comunidade Universitária, passa a expor o seguinte:

1. A partir do requerimento feito pela chapa UFU com Você instaurou-se uma consulta a respeito do conteúdo que pode ser veiculado nas redes sociais e quais são as manifestações que podem ensejar algum tipo de infração à Resolução n. 79 do CONSUN.

O requerimento apresentado objetiva a manifestação da Comissão de Ética quantos os limites que devem ser observados no período que antecede ao período de divulgação e propaganda eleitoral, anexo da resolução n. 79, p. 15-16, que prevê o início do período de divulgação e propaganda eleitoral às 7h do dia 20/06/2024 até às 23h59 do dia 26/08/2024.

É o presente Relatório.

Com vista do requerimento, a comissão de Ética Eleitoral oferece seu parecer:

2. Registre-se que é oportuno a manifestação das comissões a respeito do conteúdo que pode ser veiculado nas redes sociais na consulta e na pré-consulta junto à Comunidade Universitária, haja vista a importância que essa forma de comunicação nos últimos anos. Como a Comunidade Universitária é composta, em sua maioria, por jovens torna-se imperioso o estabelecimento de parâmetros.

3. A campanha eleitoral, propriamente dita, enseja um complexo de atos e técnicas empregados pelos candidatos com vistas a se comunicar com a Comunidade Universitária e influenciá-la para obter-lhes o voto e lograr êxito na disputa. É claro que muito antes do marco eleitoral estabelecido pela resolução há uma intensa atividade, movimentação e comunicação política por parte dos pretensos candidatos e seus apoiadores. Isso faz com que qualquer forma de campanha seja pautada em diretrizes ético-jurídicas do sistema jurídico, ou seja, a divulgação das candidaturas deve se desenvolver em um clima de tolerância democrática<sup>1</sup>.

4. Partindo dessa premissa, nos valendo da expressão pré-consulta como sinônima de pré-campanha, podemos afirmar que elas representam um conjunto de atividades e ações comunicativas realizadas no período anterior ao calendário estabelecido na Resolução n. 79 do CONSUN. Como não existe na Resolução um regime legal próprio, atinente à pré-campanha, devemos nos valer do art. 36-A da Lei 9.504/1997, Lei das Eleições, dos ensinamentos doutrinários a respeito do tema, bem como da jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral, para suprir essa lacuna e orientar as 4 (quatro) chapas que participam a Consulta Eleitoral.

Dito isto, o art. 36-A da Lei 9.504/1997 confere amplas possibilidades de comunicação aos que pretendem se candidatar, pois ele permite a divulgação de pré-candidatos antes da formalização do requerimento de registro de candidatura. O que este dispositivo veda é “pedido explícito de voto” (caput).

De acordo com Carlos Mário da Silva Velloso e Walber de Moura Agra, a propaganda eleitoral antecipada ficou bastante mitigada porque ela somente pode ser concretizável quando o candidato, expressamente, pedir votos. Para os autores, não tem mais nenhum sentido a relevância do conceito de propaganda extemporânea que dantes existia, haja vista que o pré-candidato pode pedir apoio político, exaltar suas qualidades, realizar encontros, propor projetos sem que qualquer tipo de admoestação lhe seja imputada. Ademais, afastam-se da conceituação de propaganda eleitoral antecipada as mensagens ou imagens em que o pré-candidato ou alguma outra pessoa faça na Internet e em outras formas de mídia social a menção à pretensa candidatura ou exaltação das

qualidades pessoais dos pré-candidatos, conforme se aduz da nova redação do art. 36-A da Lei n. 9.504/97. Não obstante vedado o pedido explícito de voto, em todas as hipóteses referidas são permitidos o pedido de apoio político e a divulgação da pré-candidatura, das ações políticas desenvolvidas e das que se pretende desenvolver. Igualmente, a utilização de página pessoal de candidatos na internet não caracteriza propaganda extemporânea quando eles a utilizam para mostrar suas atividades<sup>2</sup>.

Entendeu o legislador que ele deveria prestigiar a as liberdades de expressão e informação no chamado período pré-eleitoral, permitindo a “menção à pretensa candidatura” e “exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos” (*caput*). Contudo, o mesmo dispositivo estabelece restrições, pois as ações praticadas pelos candidatos não é totalmente livre no referido período.

No que tange, ao estabelecimento de parâmetros da propaganda eleitoral, no âmbito do Tribunal Superior Eleitoral, a Justiça Eleitoral têm se manifestado, de forma pacífica, que:

“Eleições 2022. Representação. Propaganda eleitoral antecipada positiva e negativa. Pedido explícito de voto. Ausência. [...] 1. **Segundo o entendimento firmado nesta Corte Superior**, para a configuração da propaganda eleitoral antecipada, **o pedido de votos deve ser formulado de maneira expressa e clara**, vedada a extração desse elemento do contexto da veiculação da mensagem. 2. O pedido de voto pode, ainda, ser identificado pelo uso de palavras semelhantes que exprimem, de forma direta, o mesmo significado, inexistentes na espécie. [...]”<sup>3</sup>.

“Eleições 2022 [...] ‘Em regra, a configuração da propaganda eleitoral extemporânea, seja ela positiva ou negativa, **exige a presença de pedido explícito de votos** ou, mutatis mutandis, pedido explícito de não votos’ [...]”<sup>4</sup>.

“[...] Propaganda eleitoral antecipada. Art. 36-A da Lei nº 9.504/1997. Ausência de pedido explícito de votos [...] a divulgação de eventual candidatura ou o enaltecimento de pré-candidato não configura propaganda eleitoral antecipada, **desde que não haja pedido explícito de voto**. Precedentes. 3. No caso, não há elementos suficientes para a configuração da propaganda eleitoral antecipada. Extrai-se da moldura fática delineada no acórdão regional que não houve o pedido explícito de votos, mas apenas a divulgação de possível candidatura, com exaltação das qualidades pessoais do segundo agravado [...]”<sup>5</sup>.

Por fim, “[...] Propaganda eleitoral antecipada. Art. 36-A da Lei nº 9.504/97. Pedido explícito de votos. Ausência. [...] 1. **A veiculação de expressões e frases com clara intenção de promover a reeleição de candidato, mas sem pedido explícito de votos, não encontra vedação na norma**. [...]”<sup>6</sup>.

Enfim, para o Tribunal Superior Eleitoral, **a aferição de propaganda eleitoral antecipada deve ser realizada a partir de dados e de elementos objetivamente considerados**, e não conforme a intenção oculta de quem a

promoveu. Vale dizer, desconsidera-se o animus de quem veicula o conteúdo propagandístico para proceder somente à análise formal quanto à presença ou não de pedido explícito de voto<sup>7</sup>.

5. No caso sem tela, a dúvida consiste em saber se o que foi publicado nos perfis @heldereterno e @fabiolagomesufu na mídia social Instagram, no dia 13/06/2024, quer diz respeito a um vídeo que mostra Helder Eterno e Fabíola Gomes fazendo o seu registro de candidatura, com o emprego de uma legenda que termina com as hashtags "#HélderMeuReitor + #FabíolaMinhaVice", em que há o emprego de uma funcionalidade do Instagram para a interatividade com os seguidores denominada "Sua vez", que consiste em um *sticker* para a criação de correntes virtuais. Com a utilização dessas ferramentas ou funcionalidades todos podem contribuir para um tópico de *story* público que o candidato criar.

De acordo com o pedido de esclarecimento feito pela Chapa UFU com você, por meio dessa funcionalidade de interatividade com o público no Instagram, os seguidores do perfil @heldereterno foram chamados pelo candidato Helder Eterno a reproduzirem essas frases, o que poderia caracterizar pedido de voto antecipado, com a consequente violação do calendário eleitoral.

6. Como se vê, diante de tudo que foi exposto, temos que considerar que existe uma lacuna na Resolução n. 79 do CONSUN no que tange a regulamentação da divulgação das candidaturas. Diante Tal insegurança em razão da ausência de parâmetros claros, a opção mais pragmática é a utilização da legislação eleitoral, dos entendimentos doutrinários e da jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral como parâmetro para fixar orientações que estejam pautada no princípio da lisura eleitoral. Por este princípio, a preservação da igualdade de todos os candidatos perante a organização da consulta e na propaganda eleitoral decorre de uma observância ética e jurídica<sup>8</sup>.

Em relação à caracterização de propaganda antecipada, a partir da utilização de hashtag, devemos esclarecer que as chapas poderão se valer dessa forma de comunicação e divulgação dos candidatos, pois trata-se de algo que foi incorporado a comunicação feita pelas redes sociais. Ademais, todos os candidatos podem se valer dessa forma de comunicação, muitos já o fazem no seu cotidiano. Vedá-la seria como "tapar o sol com uma peneira". Não obstante, cumpre asseverar que existe uma limitação: não pode haver pedido explícito de votos.

A utilização das funcionalidades das redes sociais, para a interatividade com os seguidores denominada "Sua vez", com a consequente criação de "correntes virtuais", em que as pessoas possam interagir com o candidato ou pré-candidato consiste em algo inerente a rede social e colocado a disposição de todos os seus usuários. Logo, não havendo pedido explícito de voto, a ser aferido objetivamente, não há a quebra da lisura do pleito, bem como não se

caracteriza como propaganda antecipada. Ademais, como já foi citado, o Tribunal Superior Eleitoral entende que, na internet, a livre manifestação do pensamento, devidamente identificada, bem como a conduta de elogiar determinado membro pré-candidato a cargo eletivo não caracteriza propaganda eleitoral antecipada<sup>9</sup>.

7. Portanto, no entendimento desta Comissão de Ética Eleitoral, não houve violação da Resolução do CONSUN, a partir dos parâmetros analisados na doutrina, na legislação e na jurisprudência do Tribunal Superior Eleitoral que podem servir de orientação às 4 (quatro) Chapas que estão disputa, já que há uma lacuna na Resolução n. 79 do CONSUN. Isso faz com que elas possam se valer das redes sociais para a divulgação de seus programas, propostas para a Universidade Federal de Uberlândia, bem como mostrar as atividades daqueles que estejam envolvidos no pleito, desde que estas divulgações não contenham pedidos diretos de votos, a ser aferida objetivamente. Não há sentido em se restringir a utilização das redes sociais fora desse parâmetro, já que não há como impedir as discussões e os debates nestas redes. O objetivo da consulta é promover a expansão do debate político, com o escopo de eleger a proposta que melhor atenda aos anseios da Comunidade Universitária.

Esta Comissão de Ética conclui que houve a utilização das ferramentas constantes da rede social em momento extemporâneo, bem como o emprego de hashtags. Contudo, não houve pedido explícito de voto capaz de caracterizar propaganda antecipada. Por isso, essa Comissão recomenda os seguintes limites legais para a propaganda no período pré-eleitoral, que foram fixados por ocasião do julgamento do AgRg no AI n. 9-24/SP, de relatoria do Ministro Tarcísio Vieira de Carvalho Neto, podemos adotar os seguintes critérios: a) o pedido explícito de votos, interpretado de forma objetiva, caracteriza a realização de propaganda antecipada irregular, independentemente da forma utilizada; b) os atos publicitários não eleitorais, assim entendidos aqueles sem qualquer conteúdo direta ou indiretamente relacionados com a disputa, consistem em “indiferentes eleitorais”; c) o uso de elementos classicamente reconhecidos como caracterizadores de propaganda, desacompanhado de pedido explícito e direto de votos, não enseja irregularidade; d) restará caracterizada propaganda eleitoral antecipada, portanto um ilícito eleitoral, quando o veículo de manifestação do conteúdo propagandístico se dá pela utilização de formas proscritas durante o período oficial de propaganda, como o uso de outdoors, por exemplo. Como as redes sociais vedadas na Consulta Universitária, sua utilização, bem como das funcionalidades que lhe são inerentes, não caracterização de ilícito eleitoral, desde não ocorra pedido explícito de votos, interpretado de forma objetiva. Por fim, a Comissão de Ética Eleitoral reitera que as 4 (quatro) chapas respeitem os prazos estabelecidos na Resolução CONSUN n. 79, de 20 de Maio de 2024, bem como sigam as deliberações normativas estabelecidas da Comissão Especial.

## Comissão de Ética Eleitoral

Uberlândia, 18 de junho de 2024.

### KARLOS ALVES BARBOSA

(Relator)

<sup>1</sup> GOMES, José J. Direito Eleitoral. São Paulo: Grupo GEN, 2024. E-book. ISBN 9786559776054. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559776054/>. Acesso em: 18 jun. 2024.

<sup>2</sup> VELLOSO, Carlos Mário da S.; AGRA, Walber de M. Direito eleitoral - propaganda eleitoral. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2020. E-book. ISBN 9786555593235. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555593235/>. Acesso em: 18 jun. 2024.

<sup>3</sup> (Ac. de 3/5/2024 na Rp n. 060067706, rel. Min. Carlos Horbach, red. designado Min. Floriano de Azevedo Marques.)

<sup>4</sup> (Ac. de 11.5.2023 no AgR-REspEI nº 060038744, rel. Min. Sergio Silveira Banhos.)

<sup>5</sup> (Ac. de 9.4.2019 no AgR-REspe nº 43195, rel. Min. Luís Roberto Barroso.)

<sup>6</sup> (Ac. de 7.2.2019 no REspe nº 2564, rel. Min. Tarcísio Vieira de Carvalho Neto.)

<sup>7</sup> VELLOSO, Carlos Mário da S.; AGRA, Walber de M. Direito eleitoral - propaganda eleitoral. São Paulo: SRV Editora LTDA, 2020. E-book. ISBN 9786555593235. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555593235/>. Acesso em: 18 jun. 2024.

<sup>8</sup> RAMAYANA, Marcos. Direito eleitoral. 5. ed. Rio de Janeiro: Impetus, 2006, p. 32.

<sup>9</sup> (Ac. de 12-8-2010 no R-Rp n. 143.724, Rel. Min. Henrique Neves).



Documento assinado eletronicamente por **Karlos Alves Barbosa, Membro de Comissão**, em 20/06/2024, às 19:33, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://www.sei.ufu.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **5483114** e o código CRC **164307F8**.

---

---

**Referência:** Processo nº 23117.039638/2024-12

SEI nº 5483114

---

Criado por [fabiola.amaral](#), versão 6 por [karlos.barbosa](#) em 20/06/2024 19:33:21.