

III ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

**TEORIAS DA DEMOCRACIA, DIREITOS
POLÍTICOS, MOVIMENTOS SOCIAIS E FILOSOFIA
DO ESTADO II**

EDNA RAQUEL RODRIGUES SANTOS HOGEMANN

JEAN CARLOS DIAS

EDMUNDO ALVES DE OLIVEIRA

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte deste anal poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Diretora Executiva - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - UNIVEM/FMU - São Paulo

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Representante Discente:

Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade - UNIMAR/FEPODI - São Paulo

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC - Minas Gerais

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM - Rio de Janeiro

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes - UNB - Distrito Federal

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

Comunicação:

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - Paraíba

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC - Santa Catarina

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - Paraná

Eventos:

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - Minas Gerais

Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC - Paraná

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

Membro Nato - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UMICAP - Pernambuco

T314

Teorias da democracia, direitos políticos, movimentos sociais e filosofia do estado II [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Edmundo Alves De Oliveira; Edna Raquel Rodrigues Santos Hogemann; Jean Carlos Dias – Florianópolis: CONPEDI, 2021.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-301-6

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Saúde: segurança humana para a democracia

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Democracia. 3. Filosofia. III Encontro Virtual do CONPEDI (1: 2021 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



III ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

TEORIAS DA DEMOCRACIA, DIREITOS POLÍTICOS, MOVIMENTOS SOCIAIS E FILOSOFIA DO ESTADO II

Apresentação

O III ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI, realizado em parceria com a UNICURITIBA, apresentou como tema central “SAÚDE: SEGURANÇA HUMANA PARA A DEMOCRACIA”. Essa temática norteou o conjunto dos debates desde a abertura do evento, com reflexos nos painéis apresentados ao longo dos dias e nas apresentações dos trabalhos, em especial a questão da defesa de um sistema democrático, das políticas públicas e a necessidade de um desenvolvimento inclusivo estiveram em destaque no Grupo de Trabalho “TEORIAS DA DEMOCRACIA, DIREITOS POLÍTICOS, MOVIMENTOS SOCIAIS E FILOSOFIA DO ESTADO II”, na medida em que são os movimentos político-sociais aqueles que mais refletem acerca da necessidade da redução das desigualdades, sob a égide de um Estado Democrático de Direito.

Sob a coordenação dos professores Edna Raquel Rodrigues Santos Hogemann, da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO; Jean Carlos Dias do Centro Universitário do Pará e Edmundo Alves De Oliveira, da Universidade de Araraquara o GT contribuiu, com excelentes exposições orais e debates caracterizados, pela riqueza e profundidade dos assuntos e pela atualidade do tratamento por seus expositores.

O primeiro artigo apresentado, intitulado: PROMESSAS DESCUMPRIDAS DA DEMOCRACIA: UMA ANÁLISE TEÓRICA DO SISTEMA DEMOCRÁTICO E A MANUTENÇÃO DO SEU EXERCÍCIO HOJE, da autoria de Francieli Puntel Raminelli, promove uma reflexão sobre a democracia desde sua gênese até os dias atuais visando compreender como vem sendo aplicado em nosso país nos termos da sua idealização primária, qual seja, a participação do povo.

Sob o título de PROPAGANDA POLÍTICA ELEITORAL: paradigmas sobre o uso da internet como ferramenta de campanha e a propaganda eleitoral no período da pandemia do COVID-19, os autores Adriana Mendonça Da Silva e Paulo Octavio De Almeida Bastos apresentaram uma análise da propaganda política eleitoral e os paradigmas legais quanto ao uso da internet como ferramenta de campanha no contexto da pandemia da Covid-19, tendo como parâmetro às alterações trazidas pela Emenda Constitucional nº 107/2020.

José Marcos Miné Vanzella e Daisy Rafaela da Silva apresentaram o trabalho intitulado APARELHOS PRIVADOS DE HEGEMONIA E A NOVA DIREITA: AMEAÇA À DEMOCRACIA, LEGITIMAÇÃO DA INJUSTIÇA E PREJUÍZOS AOS DIREITOS FUNDAMENTAIS NO BRASIL em que abordam como atuaram os aparelhos privados de hegemonia ideológica da nova direita na legitimação da injustiça social da desigualdade em ameaça à democracia e direitos fundamentais no Brasil.

DEMOCRACIA EM CRISE, O PERIGO DAS NARRATIVAS POPULISTAS E A PANDEMIA DE COVID-19 é o título do artigo apresentado por Luciana de Aboim Machado e Antonio Jose Xavier Oliveira, no qual analisam os efeitos do populismo e suas narrativas, em especial aquelas produzidas pelo atual chefe do poder executivo federal, no agravamento da evidente crise de sustentação observada na democracia brasileira.

Maria Fernanda Stocco Ottoboni é autora que apresentou o artigo intitulado: DIREITO E ESTADO SOB A PERSPECTIVA DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO que enfoca a sociedade da informação, sua relação com as novas tecnologias e sua influência na compreensão de Direito e Estado em perspectiva contemporânea.

O ESTADO DEMOCRÁTICO EM ESPINOSA E SUA RELAÇÃO COM AS TRANSFORMAÇÕES DEMOCRÁTICAS DE NORBERTO BOBBIO, da autoria de Thiago Alencar Alves Pereira aborda a relação entre a teoria democrática de Espinosa e Bobbio. O objetivo geral do trabalho consiste em analisar a relação entre os autores no que trata da teoria e do exercício da democracia.

Julia Borges da Costa Abdalla, Rennan Herbert Mustafá e Elve Miguel Cenci são os autores do trabalho intitulado OS REFLEXOS DA GLOBALIZAÇÃO NAS RELAÇÕES DE TRABALHO E A NECESSIDADE DA HERMENÊUTICA CONSTITUCIONAL PARA GARANTIA DOS DIREITOS HUMANOS, apresentado pelos dois primeiros, cujo foco central está voltado para os reflexos da globalização nas relações de trabalho e a transnacionalização dos mercados, bem como a diminuição do poder de coação dos Estados-nação. Com crise dos Estados nacionais, observam-se os efeitos nefastos da economia globalizada nas relações de trabalho e as reiteradas violações aos direitos humanos.

POBREZA: POSSÍVEIS CAUSAS, CONSEQUÊNCIAS E SOLUÇÕES NA EFETIVAÇÃO DE DIREITOS FUNDAMENTAIS NO ESTADO DEMOCRÁTICO DE DIREITO A PARTIR DE AMARTYA SEM, da autoria de José Marcos Miné Vanzella e Tatiana Cristina Bassi discute a a pobreza em seus diversos aspectos, desde a sua definição, até as razões que poderiam tê-la ocasionado, trazendo algumas das consequências por ela

causadas, demonstrando a vulnerabilidade das pessoas que se encontram nestas condições, buscando com base nestes dados trazer possíveis soluções político-sociais para esta realidade tão triste que ainda assola tantas pessoas.

Giselle Morais Rocha relacionou o discurso de ódio com a violência nele contida, fazendo, inicialmente, uma breve análise da concepção filosófica de violência, com o intuito de conectá-la com o discurso de ódio na atualidade, em seu trabalho intitulado: O DISCURSO DE ÓDIO E A VIOLÊNCIA NELE CONTIDA.

DA RACIONALIDADE ECONÔMICA À CONCEPÇÃO NORMATIVA DE RECONHECIMENTO: UMA REVISÃO TEÓRICA SOBRE PERSPECTIVAS ANALÍTICAS DA AÇÃO COLETIVA E DOS MOVIMENTOS SOCIAIS, da autoria de Glaucia Fernanda Oliveira Martins Batalha, apresenta uma revisão teórica dos modelos analíticos da ação coletiva e dos movimentos sociais dos autores Mancur Olson, Eduard P. Thompson, Barrington Moore Jr., James Scott e Axel Honneth.

Claudia Maria Felix De Vico Arantes Da Silva apresenta temas entrelaçados: democracia digital, fake news e liberdade de expressão em tempos de pandemia em seu artigo DEMOCRACIA 4.0: UMA BREVE DISCUSSÃO SOBRE FAKE NEWS E OS LIMITES CONSTITUCIONAIS DO DIREITO FUNDAMENTAL À LIBERDADE DE EXPRESSÃO EM TEMPOS DE PANDEMIA E SEGURANÇA HUMANA.

O décimo segundo artigo apresentado, sob o título DELIBERAÇÃO PÚBLICA E A REDUÇÃO DO DÉFICIT DEMOCRÁTICO DO SISTEMA REPRESENTATIVO, da autoria de Tiago Cordeiro Nogueira, se propõe a identificar as deficiências do sistema representativo e apresentar a deliberação pública como instrumento indispensável à mitigação do déficit democrático.

AS CONTRIBUIÇÕES DAS NORMAS JURÍDICAS PROMOCIONAIS PARA A CONVIVÊNCIA DO PARADOXO NA CONCEPÇÃO DE LIBERDADE DOS IDEÁRIOS LIBERAL E REPUBLICANO, cujos autores são Fábio Eduardo Biazon Abrantes, Kathleen Cristina Tie Scalassara e Marlene Kempfer tem por temática indicar as normas promocionais como instrumento de controle social, capaz de estimular ou desestimular condutas, permitindo alargar para a sociedade a responsabilidade de tornar as competências estatais realidades sociais.

Ulisses Gabriel, Silvio Gama Farias e Marcos André Vieira Meller apresentaram o trabalho intitulado: PARTICIPAÇÃO POPULAR NO ÂMBITO DO PODER LEGISLATIVO DO

ESTADO DE SANTA CATARINA, cuja temática se volta para os mecanismos de participação popular no Poder Legislativo do Estado de Santa Catarina e sua relação com o Estado Democrático de Direito.

Por fim, foi apresentado o trabalho intitulado: DEMOCRACIA EM CRISE DE IDENTIDADE: ENSAIO SOBRE A TEORIA DO INSTITUTO DA DEMOCRACIA E A SUA (IN)APLICABILIDADE NO BRASIL, da autoria de Cibeli Simoes Dos Santos e Victor Luiz Martins De Almeida que se propõe a promover uma análise crítica a respeito do instituto da democracia e da experiência nacional a esse respeito.

PROPAGANDA POLÍTICA ELEITORAL: PARADIGMAS SOBRE O USO DA INTERNET COMO FERRAMENTA DE CAMPANHA E A PROPAGANDA ELEITORAL NO PERÍODO DA PANDEMIA DO COVID-19

ELECTORAL POLITICAL ADVERTISING: PARADIGMS ABOUT THE USE OF THE INTERNET AS A CAMPAIGN TOOL AND ELECTORAL PROPAGANDA DURING THE COVID-19 PANDEMIC PERIOD

**Adriana Mendonça Da Silva
Paulo Octavio De Almeida Bastos**

Resumo

A propaganda política eleitoral é o conjunto de atividades, de autoria dos partidos políticos e candidatos, que veiculam mensagens dirigidas aos eleitores e que tem por objetivo a captação de votos. A pandemia do COVID-19 promoveu mudanças no processo eleitoral de 2020 a propaganda eleitoral na internet ganhou destaque. O objetivo do estudo foi o de analisar a propaganda política eleitoral e os paradigmas legais quanto ao uso da internet como ferramenta de campanha no contexto da pandemia da Covid-19, tendo como parâmetro às alterações trazidas pela Emenda Constitucional nº 107/2020.

Palavras-chave: Eleição, Propaganda política eleitoral, Propaganda na internet, Pandemia, Emenda constitucional nº107/2020

Abstract/Resumen/Résumé

Political electoral propaganda is the set of activities, authored by political parties and candidates, that convey messages addressed to voters and whose objective is to capture votes. The COVID-19 pandemic brought about changes in the 2020 electoral process. Internet electoral propaganda gained prominence. The aim of the study was to analyze political electoral propaganda and legal paradigms regarding the use of the internet as a campaign tool in the context of the Covid-19 pandemic, taking as a parameter the changes brought about by Constitutional Amendment n. 107/2020.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Election, Electoral political propaganda, Internet advertising, Pandemic, Constitutional amendment nº 107/2020

1 INTRODUÇÃO

A vida em sociedade está pautada na democracia. O processo eleitoral implica na eleição de políticos para conduzir as ações humanas visando o bem comum. Contudo, é preciso saber como escolher o melhor candidato para ocupar um cargo público. As eleições são desenvolvidas com o objetivo de informar os eleitores sobre as ideias e propostas daqueles candidatos que pretendem ser eleitos, assim como sobre os planos de governo que pretendem utilizar no exercício de seu mandato. Cabe à Justiça Eleitoral acompanhar esse processo e punir os devidos abusos.

A revolução da internet, o desenvolvimento de novas tecnologias da informação e da comunicação e o uso das redes sociais impactaram não somente a vida em sociedade e o relacionamento entre as pessoas, mas também, o processo eleitoral.

A propaganda eleitoral encontra-se disciplinada na Lei nº 9.504/199, com acréscimo dos artigos 57-A ao 57-I que tratam da propaganda na internet.

A pandemia da Covid-19 trouxe novos desafios à propaganda eleitoral, exigindo por parte de partidos políticos e candidatos o incremento de estratégias da utilização da internet como ferramenta de campanha para alcançar eleitores à medida que a restrição da realização de aglomerações em decorrência da crise sanitária mitigou a campanha de corpo a corpo.

A Emenda Constitucional nº 107/2020 regulamenta o processo eleitoral para as eleições municipais de 2020, adequando o calendário eleitoral e prazos da eleição e a internet assume protagonismo como ferramenta de campanha com essa dinâmica. Nesse contexto, deflui a importância da propaganda na internet na dinâmica de captação dos votos.

Oportuna a análise da propaganda política eleitoral e dos paradigmas legais quanto ao uso da internet como ferramenta de campanha no contexto da pandemia da Covid-19, tendo como parâmetro às alterações trazidas pela Emenda Constitucional nº 107/2020, relativamente às datas das eleições municipais e prazos eleitorais respectivos.

Utilizou-se a metodologia de pesquisa básica e qualitativa por gerar novos conhecimentos e por interpretar os fenômenos relativos à propaganda eleitoral na internet e seus paradigmas e atribuindo significados a ele.

A pesquisa é bibliográfica, exploratória e explicativa. Quanto aos procedimentos técnicos e seus objetivos, caracteriza-se a pesquisa como bibliográfica, por fazer um levantamento sobre o tema e é explicativa por aprofundar o conhecimento da realidade, explicando a razão e identificando os fatores que contribuem para a ocorrência dos acontecimentos.

2 PROPAGANDA POLÍTICA ELEITORAL

2.1 Dos Fundamentos Legais da Propaganda Política no Brasil

Ribeiro (2000, p. 379) conceitua a propaganda como sendo “um conjunto de técnicas empregadas para suggestionar pessoas na tomada de decisão”. A propaganda representa uma técnica apresentada ao público com argumentos e opiniões sobre determinado assunto, de modo organizado e estruturado, para “induzir conclusões ou pontos de vista favoráveis aos seus anunciantes. É um poderoso instrumento de conquistar a adesão de outras pessoas, sugerindo-lhe ideias que são semelhantes àquelas expostas pelos propagandistas” (FERREIRA, 1991, p. 35).

Entende-se que a propaganda política envolve pessoas e seu conjunto de práticas interfere diretamente na opinião delas. Portanto, deve-se atentar para a transparência das informações durante o processo eleitoral.

No ordenamento jurídico brasileiro, a propaganda política deve observar princípios para atingir o objetivo almejado e “servem de limites orientadores de como o operador do direito ou ainda aquele que participa das campanhas eleitorais deve proceder para que o processo geral possa se desenrolar de forma disciplina” (SILVA FILHO, 2020, p. 31).

Como já afirmado, a legislação eleitoral é mutável. Tal mutabilidade acentua-se quando o assunto é a propaganda eleitoral. A necessidade do legislador de calibrar condutas que se apresentaram nocivas em outros processos eleitorais e ainda de regulamentar novos espaços de mídia, que geralmente acompanham a velocidade da evolução tecnológica, traz inevitáveis alterações legais. Acompanhar sua evolução é, muitas vezes, tarefa árdua. O conhecimento dos princípios, contudo, auxilia a compreensão da lógica do sistema jurídico.

Alvim (2014) classifica os princípios de Direito Eleitoral em: do direito eleitoral, os da administração do processo eleitoral e os de direito processual eleitoral. Quanto aos princípios que regem o Direito Eleitoral, destacam-se: o princípio da lisura (ou da legitimidade) das eleições, o da competitividade das eleições, o da autenticidade do resultado das eleições, o da legalidade das eleições, o da proteção do processo eleitoral, o do máximo aproveitamento do voto, o da máxima extensão do direito do voto, o da anualidade ou da anterioridade da lei eleitoral e o da igualdade do voto.

Os relacionados à Administração do Processo Eleitoral são os princípios da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da publicidade e da eficiência.

Os princípios do Direito Processual Eleitoral são: princípio da primazia do interesse público, da celeridade, da duração razoável do processo eleitoral, da economia processual, da preclusão instantânea, da adaptabilidade do procedimento, da devolutividade ou da negação de efeito suspensivo dos recursos eleitorais, da irrecorribilidade imediata das decisões interlocutórias de primeiro grau e o princípio da irrecorribilidade das decisões do Tribunal Superior Eleitoral.

Gomes (2020, p. 115) apresenta os chamados princípios fundamentais do Direito Eleitoral: “o da democracia, o da democracia representativa, do Estado Democrático de Direito, da soberania popular, o republicano, o federativo, do sufrágio universal, da legitimidade, da moralidade, da probidade e da igualdade ou isonomia”.

A propaganda eleitoral tem princípios próprios reguladores. São os princípios da liberdade, da legalidade, da igualdade ou isonomia, do controle judicial, da responsabilidade, da veracidade e o da disponibilidade.

Ao se falar do princípio da liberdade, destaca-se a classificação de Gomes (2020) em: princípio da liberdade, princípio da liberdade de expressão ou comunicação e princípio de liberdade de informação. A liberdade remete à permissão de veicular a propaganda desde que respeite os limites legais.

A liberdade de expressão relaciona-se à permissibilidade da legislação em oferecer aos cidadãos informações sobre os candidatos participantes de um processo eleitoral no que diz respeito a ideologias e propostas de governo a ser realizado caso saiam vitoriosos. Cabe destacar que os candidatos a um pleito podem utilizar de quaisquer meios de divulgação de suas ideias desde que estes estejam determinados na legislação.

Destaca-se que o princípio da liberdade de expressão apresenta caráter absoluto e está previsto no art. 220 da Constituição Federal de 1988.

É necessário enfatizar que a "liberdade de expressão deve ser garantida sob três perspectivas: (i) a dos candidatos e partidos, (ii) a dos eleitores e cidadãos em geral, e (iii) a dos meios de comunicação em sentido amplo e outros fóruns de discussão política" (OSORIO, 2017, p. 161).

Em relação à liberdade de informação, tem-se o direito do eleitor em receber as informações do seu candidato, sejam elas positivas ou negativas, de modo que este possa formular um juízo sobre tal político (GOMES, 2020).

O princípio da legalidade relaciona-se a tudo que está em conformidade com a lei, sendo competência privativa da União para legislar sobre Direito Eleitoral, conforme disciplina o art. 22, inc. I, da Constituição Federal.

A propaganda eleitoral está regulada por lei, assim, "se determinado tipo de propaganda não possui regulamentação, nem se enquadra em qualquer dispositivo legal vigente, é propaganda lícita" e o fato de que "qualquer vedação a determinado tipo ou determinada forma de propaganda deve ser expressa" (CONEGLIAN, 2014, p. 68). Qualquer candidato, partido, eleitor ou cidadão pode usar meios diferentes para disseminar as informações da campanha desde que sejam legais.

Sobre o princípio da responsabilidade, tem-se que todos aqueles que estão envolvidos no processo eleitoral são responsáveis pela propaganda e caso sejam constatadas irregularidades, todos sofrerão sanções.

Nos termos do artigo 241 do Código Eleitoral o princípio da solidariedade preconiza que: "toda propaganda eleitoral será realizada sob a responsabilidade dos partidos e por eles paga, imputando-lhes solidariedade nos excessos praticados pelos seus candidatos e adeptos".

O princípio da igualdade formal relaciona que todos os candidatos ou partidos políticos possuem direitos iguais quanto à realização da propaganda eleitoral. A Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015 amplia o direito à propaganda eleitoral criando hipóteses de propaganda antecipada lícita para aqueles candidatos que não detém cargos públicos, à medida que os ocupantes de cargo público estão expostos a publicidade frente à comunidade eleitoral.

O princípio do controle judicial sobre a propaganda determina que a Justiça Eleitoral deva controlar a produção e divulgação desse marketing eleitoral de forma que sejam verdadeiras as informações veiculadas. Assim, "é atribuído poder de

polícia para controlá-la e coibir abusos. Daí a possibilidade de o juiz eleitoral agir *ex officio*, determinando, por exemplo, que cesse ou que seja retirada propaganda que infrinja as regras pertinentes” (GOMES, 2020, p. 718).

É imperioso observar o Código Eleitoral, pois sua aplicabilidade deve-se a garantia da ordem pública (SILVA FILHO, 2020, p. 36). O poder de polícia deve ser utilizado na ocorrência de práticas ilegais nos meios lícitos utilizados para a propaganda política, ressalvada a vedação à censura prévia, conforme previsto no art. 41, §2º do Código Eleitoral.

A divulgação de fatos inverídicos, em relação a partidos ou candidatos, e que sejam capazes de exercer influência sobre o eleitorado, autoriza a aplicação de pena de detenção de dois meses a um ano, ou pagamento de 120 a 150 dias-multa, conforme disposto no art. 323 da Lei nº 4.737/1995.

2.2 Espécies de propaganda política

Barreiros Neto (2020) classifica a propaganda política como modelo cujos tipos são: a) a propaganda partidária, b) a propaganda intrapartidária, e c) propaganda eleitoral.

2.2.1 A Propaganda Partidária

A Propaganda Partidária é uma das modalidades de propaganda política, conforme disposto no artigo 17, §3º da Constituição Federal. Esse tipo de propaganda tem bases no Direito de Antena e permite que os partidos políticos tenham acesso ao rádio e a televisão.

A propaganda partidária apresenta-se de forma desvinculada a um pleito eleitoral específico. Apresenta, à população em geral, suas ideologias, seus quadros e programas partidários, de modo que sejam fortalecidas as ideias e as bandeiras e, se possível, até mesmo atrair novos adeptos a participar da sua coligação (NEVES FILHO, 2012). Observa-se, então, que a propaganda partidária objetiva atrair pessoas à sua ideologia. Ela pode ser realizada em jornais, sites, redes sociais, outdoor, etc. Gomes (2020, p. 712) corrobora que essa propaganda está relacionada a comunicação que ocorre entre o partido e a sociedade onde são divulgadas as

ideologias, os valores, projetos e programas visando o desenvolvimento da sociedade.

2.2.2 A Propaganda Intrapartidária

A Propaganda Intrapartidária é modalidade de propaganda política voltada tão-somente para os filiados de um determinado partido político, com fundamento no art. 36, §1º, da Lei nº 9.504/97 (Lei das Eleições). É aquela propaganda, com caráter interno, consentida ao pré-candidato a um cargo eletivo, que procura cativar os votos dos filiados de seu partido, para despontar como vitorioso e capaz de se inscrever candidato perante a Corte Eleitoral.

É deste modo, uma propaganda direcionada tão-somente a um grupo exclusivo de eleitores, com objetivo único e específico de realizar uma "eleição interna", em esfera partidária. É desenvolvida pelos filiados do partido que querem se candidatar e voltada à atenção de seus integrantes, que deverão escolher os candidatos do partido (GOMES, 2020).

Ela é realizada de maneira silenciosa e sem assistência da mídia, exclusivamente na quinzena antecedente à escolha, pelo partido, dos candidatos que pleitearão os cargos eletivos, isto é, nos 15 (quinze) dias prévios à realização e consumação das convenções partidária.

Além de práticas como a mala direta aos filiados, tolera-se a colocação de faixas e cartazes em lugares próximos da realização da convenção, com mensagens apontadas aos convencionais. É importante salientar que, tão logo seja concretizada a convenção, as propagandas a ela direcionadas deverão ser prontamente removidas de tais locais de circulação.

Em resposta à Consulta nº 1.673, o TSE avaliou as fronteiras da Propaganda Intrapartidária, posicionando-se pela proibição de sua publicação através da internet e a vedação de participação de membros não filiados ao partido.

Quanto às chamadas prévias partidárias, destinadas ao processo de escolha dos candidatos, a legislação eleitoral proíbe “a transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão das prévias partidárias”, estando, todavia, admitida “a cobertura dos meios de comunicação social”. (BRASIL, Resolução nº 23.610/2019, 2020)

2.2.3 A Propaganda Eleitoral

A propaganda eleitoral é a espécie mais importante da propaganda política. É aquela permitida após o dia 15 de agosto do ano eleitoral, conforme estabelece a Lei nº 13.165/2015.

“Os candidatos buscam, a partir do dia 16 do mês de agosto do ano eleitoral, através de apresentação de propostas e programas eleitorais, granjear o voto do eleitor” (ALMEIDA, 2019, p. 416).

Apesar de não definir o que é de fato uma propaganda eleitoral, a Lei nº 13.165/2015 estabelece o marco inicial e disciplina as formas, elementos e possibilidades de publicação da propaganda.

Nesse tipo de propaganda é lícito que partidos políticos e candidatos veiculem mensagens aos eleitores, informando sobre as candidaturas e suas propostas de governo, mostrando que são capazes de assumir os cargos públicos e, assim, conquistarem o voto daquele cidadão eleitor.

A regulamentação sobre a legislação eleitoral vigente objetiva evitar o abuso do poder econômico e político e resguardar a equidade entre os candidatos durante o pleito eleitoral. O início da propaganda eleitoral ocorre em 6 de julho do ano da eleição e vai até a véspera do pleito, conforme o tipo da propaganda a ser veiculada.

No cerne da propaganda eleitoral estão o processo eletivo e o voto. Coneglian (2014, p. 31) afirma que “a propaganda eleitoral é aquela dirigida diretamente à conquista do sufrágio para determinada e precisa eleição”.

Para Gomes (2020), a classificação da propaganda eleitoral pode ser: quanto à forma de realização, quanto ao sentido e quanto ao momento de realização.

A propaganda eleitoral, quanto à forma de realização, poderá ser de modo expresso ou subliminar (GOMES, 2020). Expresso é aquela propaganda que é percebida e compreendida de forma racional, não gerando dúvidas quanto ao teor da mensagem. A subliminar é aquela que está no limiar da consciência, não podendo ser percebida conscientemente pelos seus destinatários.

Em relação ao sentido, a propaganda eleitoral poderá ser positiva ou negativa. Quando negativa, almeja a desqualificação dos candidatos opositores, sendo positiva, ocorre o enaltecimento do candidato.

Em relação ao momento de realização, a propaganda pode ser oportuna, quando ocorrer dentro do período legalmente delimitado, ou extemporânea, se

ocorrida fora do período legal. Neste caso, conforme se extrai do § 3º, do art. 36, da Lei das Eleições, o beneficiário, se comprovado seu prévio conhecimento, estará sujeito à sanção pecuniária.

3 PARADIGMAS SOBRE O USO DA INTERNET COMO FERRAMENTA DE CAMPANHA E A PROPAGANDA ELEITORAL NO PERÍODO DA PANDEMIA DO COVID-19

Com o advento da Lei nº 12.034, de 29 de setembro de 2009, foram alterados alguns artigos e dispositivos da Lei nº 9.504/1997, a chamada Lei das Eleições.

Tais modificações introduziram a internet como ferramenta de campanha eleitoral, com acréscimo dos 57-A a 57-I, passando a propaganda na internet, enquanto espécie de propaganda eleitoral, a assumir protagonismo nas campanhas, dada o potencial da internet na captação de votos.

A propaganda eleitoral utilizada pela internet é gratuita, exceto pelos gastos de criação, bem como de conservação e manutenção de sites utilizados para determinada campanha. Decerto que, com essas novas modificações, a Lei das Eleições passou a delimitar o que é permitido, bem como proibido durante a ocorrência do sufrágio.

O artigo 243 do Código Eleitoral elenca as hipóteses de propaganda não tolerada. A ocorrência de propaganda não tolerada autoriza ao candidato o ingresso junto a Justiça Eleitoral requerendo a sua cessação rápida, sem prejuízo à propositura de ação civil, que almejará a reparação do dano, bem como da ação penal. A atuação da Justiça Eleitoral necessita ser destacada em qualquer de suas modalidades, podendo ser realizada em período futuro à divulgação, não se aceitando qualquer tipo de censura antes do tempo certo.

A intervenção da Justiça Eleitoral somente se inicia a *posteriori*, repressivamente, isto é, após o programa partidário (seja o da Lei dos Partidos Políticos ou de qualquer lei eleitoral), para conter temas e expressões, no artigo da lei, conforme o artigo 17, parágrafo 3º da Constituição Federal de 1988 (não se admite a censura prévia da Justiça Eleitoral, em teor de propaganda eleitoral) (CERQUEIRA, 2007, p. 01).

Os princípios aplicáveis à propaganda eleitoral exigem que os agentes políticos observem os limites e possibilidades do uso da internet como ferramenta de campanha eleitoral, destacando-se os princípios: da legalidade, liberdade, responsabilidade, igualdade, disponibilidade da propaganda lícita e controle judicial.

3.1 Propaganda Política Eleitoral na Internet

3.1.1 Formas admitidas de propaganda

As propagandas eleitorais para terem certa eficácia, credibilidade e, principalmente, legalidade, quando desenvolvidas pela internet, necessitam, obrigatoriamente, observar procedimentos estabelecidos na legislação e nas resoluções do TSE que estabelecem normativas sobre o processo eleitoral.

De acordo com a Lei nº 12.034/2009, é livre a prática da propaganda eleitoral no âmbito de mídias eletrônicas e virtuais.

A propaganda eleitoral pode ser iniciada a partir da data de 16 de agosto do ano em que ocorrerá o pleito, segundo o art. 57-A da Lei nº 9.504/97.

No entanto, a pandemia da Covid-19 e o estado de emergência de saúde pública de ordem internacional alterou o panorama da realização do processo eleitoral. A Emenda Constitucional nº 107/2020 modifica as Eleições Municipais de 2020. As eleições que ocorreriam em outubro, bem como os seus respectivos prazos eleitorais e processuais foram transferidos para 15 de novembro, em primeiro turno e para o dia 29 de novembro de 2020, em segundo turno, conforme o *caput* de seu artigo 1º.

A alteração dos prazos repercutiu no início da propaganda eleitoral na internet. Antes iniciada em 16 de agosto, foi dilatada para ter início em 27 de setembro, conforme disposto no artigo 2º, inciso IV.

A data limite para encerramento da propaganda eleitoral, bem como para a reprodução, tanto na internet, quanto em jornal impresso de livre circulação, em primeiro turno, foi o dia 13 de novembro, portanto, 02 (dois) dias antes do pleito eleitoral. Em se tratando de um eventual segundo turno, a data foi o dia 27 de novembro.

Importante destacar que não é vedada a execução da propaganda política eleitoral na internet, no período entre 48 (quarenta e oito) horas antes, até 24 (vinte e quatro) horas após a eleição, visto que a proibição deflagrada no parágrafo único do art. 240 do Código Eleitoral não se opõe à propaganda eleitoral veiculada de forma gratuita na internet, de acordo com o art. 5º, parágrafo único, da Resolução nº 23.610/2019 do TSE (BRASIL, TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, 20[?]).

A propaganda eleitoral praticada na internet, no dia da eleição, deve limitar-se à mera manutenção das aplicações e conteúdos veiculados anteriormente. Estão proibidas as publicações de novos conteúdos, bem como o impulsionamento de conteúdos recentes ou remotos. A violação sujeita o transgressor ao enquadramento no crime previsto no art. 39, § 5º, inciso IV, da Lei nº 9.504/97 (BRASIL, TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, 20[?]).

3.1.2 Formas vedadas de propaganda

Quanto às estruturas ou formas de propagandas, estas devem estar de acordo com os paradigmas normativos. A Lei nº 9.504/97 apresenta outras vedações à propaganda na internet. É vedada a veiculação de conteúdos de cunho eleitoral mediante cadastro de usuário na internet com a intenção de falsear identidade, nos termos do § 2º, do art. 57-B.

O § 3º, do art. 57-B veda a utilização de impulsionamento de conteúdos e ferramentas digitais não disponibilizadas pelo provedor de aplicação de internet, ainda que gratuitas, para alterar o teor ou a repercussão de propaganda eleitoral, tanto própria quanto de terceiros.

Destaca-se que o descumprimento de tais proibições, sujeita o infrator à multa, que varia entre R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), ou em valor equivalente ao dobro da quantia despendida, se esse cálculo superar o limite máximo da multa, conforme art. 57-B, § 5º.

É vedado qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, exceto o impulsionamento de conteúdo, desde que seja identificada de forma inequívoca como tal, e contratado exclusivamente por partidos, coligações e candidatos e seus representantes, segundo o art. 57-C, *caput*.

O art. 57-C, § 1º, inc. II, proíbe, ainda que gratuitamente, a propaganda eleitoral veiculada em sítios de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos e em sítios oficiais ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

No tocante à propaganda em sítios oficiais, o TSE resolveu que, para configurar a prática da ilicitude, é plenamente aceitável tão-somente o link que venha a apontar o site do candidato participante do pleito eleitoral, conforme Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº 838119, de 21.6.2011, Rel. Min.

Arnaldo Versiani Leite Soares, DJE de 23.8.2011, p. 8/9. (BRASIL, Tribunal Superior Eleitoral. Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº 838119, de 21.6.2011, Rel. Min. Arnaldo Versiani Leite Soares, DJE-23.8.2011)

3.1.3 Formas autorizadas de manifestação do pensamento (internet e outros meios de comunicação pessoal)

A manifestação de pensamento é um ato livre e legal por parte de qualquer cidadão. De acordo com o art. 5º, inciso IV da CF, todos podem manifestar e demonstrar opiniões sobre determinado assunto, sem que o Estado, bem como qualquer agente público e até mesmo outros cidadãos, venham a tolher tal direito. Contudo, é inteiramente vedado o seu anonimato.

No caso de propaganda eleitoral, por meio do uso da *Internet*, deve estar garantida a liberdade de manifestação, entretanto, algumas vedações devem ser consideradas. De acordo com Almeida (2019, p. 431), “é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato, durante a campanha eleitoral, por meio da internet, assegurado o direito de resposta e por outros meios de comunicação interpessoal mediante mensagem eletrônica”.

De acordo com os artigos 57-D da Lei nº 9.504/97, bem como o 27, §1º, da Resolução TSE nº 23.610/2019, o eleitor, identificado ou identificável, poderá desempenhar a sua liberdade de manifestação do pensamento, participando de debates políticos, apoiando, bem como tecendo opiniões de cunho crítico a determinado partido político ou candidato ao pleito em questão.

Os artigos 57-B, I e II da Lei nº 9.504 de 30 de setembro de 1997 autoriza a divulgação de propagandas políticas eleitorais realizadas em sítios de candidatos, partidos políticos ou coligações partidárias, desde que os endereços sejam devidamente informados à Justiça Eleitoral e estejam alojados em provedor cibernéticos constituído no país

O artigo 57-B, inciso III, da Lei das Eleições determina que o endereçamento de mensagens eletrônicas por quaisquer candidatos, partidos políticos, bem como das chamadas coligações partidárias, sucessivamente que os endereços passam a terem sido cadastrados de modo gratuito e tenha tido a aquiescência do eleitor em receber mensagens com conteúdo eleitoral em sua caixa de entrada do seu e-mail.

A propaganda política eleitoral, nos termos do artigo 57-B, IV, poderá acontecer por meio de blogs, redes sociais, sítios de mensagens instantâneas e aplicações de internet assemelhadas cujo conteúdo seja gerado ou editado e será por candidatos, partidos ou coligações ou, ainda, qualquer pessoa natural. Entretanto, fica proibida a contratação de impulsionamento de conteúdos.

Poderá ser realizado pelos candidatos, pelos partidos políticos e coligações partidárias, o envio de modo simultâneo e instantâneo de informativos condizentes e relacionados a campanha política partidária, desde que presentes nos programas de redes sociais, tais como: Twitter, Facebook, Instagram e outras. Nesse caso, deverá conter, de modo obrigatório e irrestrito Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ e, por fim, o vocábulo em destaque “Propaganda Eleitoral”.

A propagação de novos informativos em blogs, sites e em redes sociais pertencentes aos candidatos, partidos políticos e coligações partidárias, com o intuito de fortalecê-los poderá acontecer até os dias que irão anteceder as eleições, conforme o artigo 28, inciso IV, da Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019.

Quanto às condutas proibidas na internet e outros meios de comunicação pessoal **durante a campanha política eleitoral**, o artigo 34 da Resolução TSE nº 23.610/2019 destaca o uso de serviços de telemarketing e de disparo em massa sem o pleno e irrestrito consentimento do seu destinatário final.

O artigo 57-B, IV, b, veda a contratação de impulsionamento de conteúdo em redes sociais por parte de pessoa natural. O artigo 57-B, §3º proíbe a utilização de impulsionamento que não seja disponibilizada pelos provedores de aplicações de internet, mesmo sendo gratuitas, para alterar o conteúdo ou a repercussão de propaganda eleitoral, tanto próprios quanto de terceiros.

Está proibida a veiculação de qualquer forma de propaganda eleitoral, ainda que gratuita, em sites de pessoas jurídicas públicas ou privadas, nos termos do artigo 57-C, ao passo que está vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, salvo o impulsionamento de conteúdos, mas deve ser identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos, coligações e candidatos e seus representantes.

O artigo 29, §3º, Resolução TSE nº 23.610/2019 veda o impulsionamento, ou seja, o lançamento de propaganda eleitoral negativa contra determinado candidato opositor e beneficiando o candidato propagador de tais informações. O art. 57-H

da Lei nº 9.504/97 proíbe a realização de propagandas eleitorais que impõe de modo indevido sua autoria a terceiros, inclusive a candidato, partido ou coligação.

3.1.4 Proibição de utilização, doação ou cessão de cadastro eletrônico

O artigo 57-E, da Lei nº 9.504/1997 dispõe sobre a proibição do emprego, doação ou cessão de cadastro eletrônico de seus clientes, em favor de candidatos, partidos políticos ou coligações partidárias.

Nota-se que apesar da Lei n.º 12.034/2009 ter consentido com a propaganda política eleitoral através de mensagens eletrônicas, para endereços previamente cadastrados, de modo gratuito pelos candidatos, partidos políticos e coligações partidárias, não autorizou a utilização do Spam, que se caracteriza pela propaganda eleitoral encaminhada via e-mail, em grande escala, sem a prévia e plena autorização do destinatário.

O envio de *Spams* é realizado pelo *Spammer*, que se apossa de uma lista de correio eletrônico, através de recurso inadequado. Ele faz o envio de diversas mensagens eletrônicas ao mesmo tempo, enchendo as caixas de entradas de e-mail dos destinatários com propagandas eletrônicas.

O § 1º do artigo 57-E, da Lei n.º 9.504/97, proíbe, às pessoas indicadas no art. 24, a venda de cadastros de endereços eletrônicos, bem como o uso ou sua utilização, doação ou cessão de cadastro eletrônico de seus clientes, em favor de candidatos, partidos políticos ou coligações partidárias.

Nos termos do § 2º, do artigo 57-E, da Lei nº 9.504/97 sujeita o responsável pela violação pela divulgação da propaganda e, quando comprovado seu prévio conhecimento, o beneficiário à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais).

3.2 A Pandemia da Covid-19 e as alterações de data e prazos eleitorais pela Emenda Constitucional nº 107/2020

3.2.1 Pandemia da Covid-19 e as Eleições Municipais de 2020

A Pandemia da Covid-19 trouxe vários desafios no que diz respeito a realização das eleições.

Pavanelli e Souza (2020, p. 6) destacam algumas medidas de saúde pública e a adoção de medidas preventivas:

Será indispensável para a saúde pública que sejam tomados cuidados no que diz respeito ao distanciamento nos locais de votação, higienização dos locais, equipamentos de segurança para mesários, entre outros. Ainda como medidas preventivas, foi suspensa a identificação por meio da biometria, pois o identificador biométrico não pode ser higienizado e a identificação biométrica pode contribuir para o surgimento de filas e aglomerações nas portas das seções. Será identificado o eleitor de forma tradicional, mediante assinatura em caderno de votação, para evitar maior contágio. Também serão analisadas propostas de extensão dos horários de votação, das 7h às 20h, bem como a busca de doações na iniciativa privada por produtos de segurança e higiene para que se possa realizar a votação em segurança.

A política eleitoral realizada no Brasil sempre foi caracterizada pela campanha corpo a corpo. O candidato entra em contato com seu público mostrando suas propostas de governo. Considerando o contexto da Pandemia da Covid-19, a Emenda Constitucional nº 77, de 2020, surge para disciplinar o adiamento das eleições municipais de outubro de 2020 e dos prazos eleitorais respectivos, dilatando o prazo para adoção de medidas e protocolos de cunho sanitário que garantissem a segurança das pessoas durante o processo eleitoral.

3.2.2 A Emenda Constitucional nº 107/2020 e a anualidade eleitoral do art. 16 da Constituição Federal

A Emenda Constitucional nº 4, que alterou o artigo 16 da Constituição Federal disciplina o princípio da anualidade eleitoral ou anterioridade eleitoral.

O princípio da Anualidade Eleitoral garante que qualquer mudança que venha a ocorrer na legislação eleitoral, para ser aplicada, deve ser aprovada até um ano antes do pleito. É uma forma de garantir a segurança jurídica do processo eleitoral.

Para Vasconcelos e Silva (2020, p. 228), “as regras eleitorais devem ser claras e precisas, não restando qualquer dúvida, mormente ao eleitor, sobre a questão de acesso ao poder via escolha popular”.

A ausência de disciplina jurídica pode causar instabilidade no processo eleitoral e conduzir à manipulação das regras às vésperas das eleições, o que fragilizava o processo e a aplicabilidade dos princípios eleitorais.

Com a Emenda Constitucional nº 107/2020, aprovada no contexto da Pandemia da COVID-19, emergiu a discussão sobre o princípio da Anterioridade

Eleitoral e questionamentos sobre sua legalidade em face do disposto no artigo 16 da Constituição Federal.

A existência da regra da anualidade eleitoral tem por finalidade fixar o critério de segurança jurídica para que as regras não sejam manipuladas às vésperas do pleito, como já ocorreu no passado. Portanto, o alicerce principiológico, ou melhor, de regra constitucional, vai de encontro ao estabelecimento de certezas eleitorais, eliminando instabilidades indesejáveis ao critério da democracia semidireta participativa. Acontece que a Emenda Constitucional n. 107/2020, promulgada sem observância deste intervalo de 1 ano, vem justamente conceder o mesmo objetivo estampado na anualidade, qual seja a segurança e certeza eleitoral diante de sua situação excepcional irremediável ao momento, que é a Covid-19, instrumento viral que atingiu a população brasileira (VASCONCELOS; SILVA, 2020, p. 228)

A mudança da data das eleições e de outros prazos eleitorais advindas com a Emenda Constitucional nº 107/2020, entretanto, não ferem as regras eleitorais já existentes e cujo fundamento é constitucional. Destaca-se apenas uma postergação de datas obedecendo os mesmos critérios constantes nas Leis nº 9.504/97, nº 9.096/95 e LC nº 64/90, de modo que o processo democrático não seja interrompido de forma abrupta (VASCONCELOS; SILVA, 2020).

3.2.3 A excepcionalidade das novas datas das eleições

Para atender as exigências sanitárias do período da Pandemia da Covid-19 tornou-se necessária a alteração das datas de realização das eleições municipais de 2020.

O artigo 1º da Emenda Constitucional nº 107/2020 determinou que a realização do 1º turno ocorreria no dia 15 de novembro de 2020 e, para os locais em locais, com segundo turno, a data foi o dia 29 de novembro.

O principal impacto advindo da alteração do calendário foi a redução do período de campanha política para os candidatos que concorreriam ao segundo turno.

Mas em toda legislação eleitoral não há parâmetros fixos que obriguem um intervalo mínimo, devendo o critério técnico de interpretação, a hermenêutica, caminhar em torno da razoabilidade. Pois bem, o constituinte reformador procurou ao máximo minimizar os reflexos do encurtamento do calendário eleitoral, estabelecendo duas semanas para o segundo turno. E diante das novas ferramentas de campanha, mormente as redes sociais, o candidato está hodiernamente muito mais próximo do eleitor, facilitando a comunicação e divulgação de propostas, o que dá dinamicidade à ponte eleitor-candidato, verdadeira mutação do conceito material de prazo razoável. (VASCONCELOS; SILVA, 2020, p. 228).

Assim, a redução dos prazos não caracterizou qualquer prejuízo aos candidatos.

3.2.4 O novo período convencional

O novo período convencional para as convenções partidárias foi estabelecido pelo art. 1º, § 2º da Emenda Constitucional nº 107/2020.

O período convencional ficou estipulado de 31 de agosto até 16 de setembro de 2020, aproximando-se mais das datas das eleições, cujo período ordinário é de 20 de julho até 5 de agosto. Cabe advertir que esse prazo somente é aplicável às eleições municipais de 2020.

De acordo com os fundamentos das Consultas números 0600413-57, 0600460-31 e 0600479-37, de relatoria do Ministro Luís Felipe Salomão, a realização das convenções partidárias já havia sido fixada como remota, sob a alegação de que são importantes para a composição das legendas nas campanhas.

Enfatiza-se, ainda, que os arts. 7º e 8º da Lei das Eleições não regulam a forma de realização do período convencional.

3.2.5 O novo intervalo adotado pela propaganda eleitoral

O contexto da Pandemia da Covid-19 e o cenário de crise sanitária internacional exigiu nova disciplina para a realização das Eleições Municipais de 2020.

O art. 1º, § 1º, inciso IV, da Emenda Constitucional nº 107/2020 estabeleceu que a propaganda eleitoral ocorreria a partir do dia 26 de setembro, inclusive na internet, conforme disposto nos artigos 36 e 57-A, da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 e no caput do art. 240 da Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965.

O art. 1º, § 3º, inc. VI da Emenda Constitucional estabeleceu que “os atos de propaganda eleitoral não poderão ser limitados pela legislação municipal ou pela Justiça Eleitoral, salvo se a decisão estiver fundamentada em prévio parecer técnico emitido por autoridade sanitária estadual ou nacional”.

A disciplina da propaganda eleitoral é de responsabilidade privativa da União, conforme art. 22, inc. I da Constituição Federal, fazendo, neste ponto, surgir a

discussão sobre a inconstitucionalidade da normativa, tendo em vista o conflito de competências estabelecido em face da Constituição Federal.

3.2.6 Os planos de mídia

A elaboração dos planos de mídia também foi objeto de alteração com a Emenda Constitucional nº 107/2020, quanto aos demais ritos, seguem disciplinados na Lei nº 9.504, de 1997.

O art. 1º, § 1º, inc. V da Emenda Constitucional de nº 107/2020 dispõe que a partir de 26 de setembro é dado o prazo para que a Justiça Eleitoral convoque os partidos e a representação das emissoras de rádio e de televisão para elaborarem plano de mídia, em observância ao estabelecido no art. 52 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997.

3.2.7 Demais prazos eleitorais e a possibilidade de adiamento das eleições

Quanto aos demais prazos fixados na Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, e na Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965, o art. 1º, § 2º da Emenda Constitucional nº 107/2020 previu que, aqueles que não tenham transcorrido na data da publicação da Emenda e tenham como referência a data do pleito serão computados considerando-se a nova data das eleições de 2020, conforme consta na Emenda Constitucional nº 107/2020.

Conforme se pode extrair do § 4º, art.1º da Emenda Constitucional, *in verbis*:

No caso de as condições sanitárias de um Estado ou Município não permitirem a realização das eleições nas datas previstas no **caput** deste artigo, o Congresso Nacional, por provocação do Tribunal Superior Eleitoral, instruída com manifestação da autoridade sanitária nacional, e após parecer da Comissão Mista de que trata o art. 2º do Decreto Legislativo nº 6, de 20 de março de 2020, poderá editar decreto legislativo a fim de designar novas datas para a realização do pleito, observada como data-limite o dia 27 de dezembro de 2020, e caberá ao Tribunal Superior Eleitoral dispor sobre as medidas necessárias à conclusão do processo eleitoral.

Assim, a Emenda Constitucional nº 107/2020 previu a possibilidade de alteração das datas das eleições, por aqueles municípios que não atendessem condições sanitárias para a realização do processo eleitoral, porém, fixou o dia 27 como data limite para sua conclusão.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao finalizar este trabalho, foi apresentado a temática sobre a Propaganda Política Eleitoral, sendo abordado inicialmente o conceito de Propaganda Política, demonstrando toda a sua abrangência na seara eleitoral. Como finalidade de tal propaganda, será apresentada, por intermédio dos seus candidatos, partidos políticos e coligações partidárias junto aos eleitores as propostas, por meio de planos de governo e de gestão que pretendem colocar em prática para aquele mandato eletivo na qual almejam, em busca dos interesses da sociedade.

A seguir, foi tratado e abordado os seus princípios norteadores, que irão garantir a sua eficácia, bem como as suas diversas espécies de propaganda, chegando até propaganda política eleitoral, com o uso da internet.

Contudo, devido ao momento sanitário pela qual está passando a sociedade a nível mundial, ocasionado pela Pandemia do Covid-19, desde o início de 2020, acabou por promover mudanças no processo eleitoral, em especial na Lei nº 9.504/1997, que trata das normas de sufrágio, em âmbito municipal do corrente ano. Para isso, teve-se em caráter emergencial a publicação da EC nº 107/2020, que simplesmente alterou as datas de realização do pleito eleitoral, assim como o início das propagandas político-eleitorais e, por fim, os prazos processuais.

Em consequência a tais modificações determinadas pela Emenda Constitucional nº 107/2020 e, principalmente, pelo fato do aumento considerável do número de casos de Covid-19, a *Internet* acabou se tornando um instrumento de grande relevância e imprescindibilidade para a divulgação, por parte de inúmeros candidatos aos poderes executivos e legislativos municipais, respectivamente de suas propostas e projetos para os seus eleitores fiéis, como também da captação de outros.

Tudo isso com 02 (dois) objetivos claros e específicos por parte dos candidatos: de obter o voto dos eleitores, para conseguir o êxito em sua eleição, mas ao mesmo tempo sem deixar de praticar os itens básicos de segurança sanitária, como por exemplo, a aglomeração e evitando assim que o vírus do Covid-19 venha a se alastrar. Até porque, como é do conhecimento de todos nós a boa e velha política se faz, seguindo uma conhecida cultura do chamado “corpo a corpo”, na qual determinado candidato pratica tais atos, como o aperto de mãos, abraços, etc.

O que se percebe antes do acometimento da pandemia, que ocasionou na publicação da EC nº107/2020, o mundo virtual já passava a ter relevância jurídica para as campanhas político-partidárias desde 2009, uma vez que já estava em vigor a Lei nº 12.034/09, na qual já havia facilitado a vida, tanto do candidato, partido político e coligações partidárias, mas principalmente do cidadão eleitor.

A mencionada Lei acabou por introduzir os artigos 57-A ao artigo 57-I na Lei nº 9.504/97, pois a partir desse marco os pretensos candidatos obtiveram uma segurança jurídica ao praticar as suas campanhas, por meio de propagandas políticas utilizando a *Internet*.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Frederico Rafael Martins de. A propaganda eleitoral em bens particulares: sua limitação proporcional e a liberdade de expressão. In. FUX, Luiz; PEREIRA, Luiz Fernando Casagrande; AGRA, Walber de Moura. **Propaganda eleitoral**. Belo Horizonte: Fórum, 2018.

ALMEIDA, Roberto Moreira de. **Curso de Direito Eleitoral**. 13. ed. Salvador: Editora Juspodivm, 2019.

ALVIM, Frederico Franco. **Curso de Direito Eleitoral**. Curitiba: Juruá, 2014.

BARREIROS NETO, Jaime. **Direito Eleitoral**. 10. ed. rev. atual. e ampl. Salvador: Juspodivm, 2020.

BRASIL. Emenda Constitucional nº 107, de 2 de julho de 2020. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc107.htm. Acesso em: 07 abr. 2021.

_____. Constituição Federal de 1988. 2020. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 15 abr. 2021.

_____. Lei nº 4.737/1965. 2020. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l4737compilado.htm. Acesso em: 07 abr. 2021.

_____. Lei nº 9.504/1997. 2020. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm. Acesso em: 07 abr. 2021.

_____. Lei nº 12.034/ 2009. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l12034.htm. Acesso em: 07 abr. 2021.

_____. Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13165.htm. Acesso em: 07 abr. 2021.

_____. TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO CEARÁ. Manual de Propaganda Eleitoral e Poder de Polícia. 2020. Disponível em: <https://indigo.org.br/site/wp->

content/uploads/2020/09/Manual-de-propaganda-TRE-CE.pdf. Acesso em: 06 abr. 2021.

_____. TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Agravo Regimental em Recurso Especial Eleitoral nº 838119, de 21.6.2011, Rel. Min. Arnaldo Versiani Leite Soares, DJE de 23.8.2011, p. 8/9)

_____. TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Módulo IV – Propaganda eleitoral na internet**. 20[?]. Disponível em: <https://eadeje.tse.jus.br/mod/resource/view.php?id=5817>. Acesso em: 13 abr. 2021.

_____. TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Resolução nº 23.610, de 18 de dezembro de 2019. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>. Acesso em: 07 abr. 2021.

_____. TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Resolução nº 23.624 de 13 de agosto de 2020. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2020/resolucao-no-23-624-de-13-de-agosto-de-2020>. Acesso em: 13 abr. 2021.

CERQUEIRA, Thales Tácito Pontes Luz de Pádua. **Preleções de Direito Eleitoral**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2007, p. 1

CHIMENTI, Ricardo Cunha. **Direito Eleitoral**. 10. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020. v. 29 (Coleção Sinopses Jurídicas)

CONEGLIAN, Olivar. **Propaganda Eleitoral: eleições 2014**. 12. ed. Curitiba: Juruá, 2014.

FERREIRA, Pinto. **Código Eleitoral Comentado**. São Paulo: Saraiva, 1991.

GOMES, José Jairo. **Direito Eleitoral**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2020.

NEVES FILHO, Carlos. **Propaganda eleitoral e o princípio da liberdade da propaganda política**. Belo Horizonte: Fórum: 2012.

OSORIO, Aline. **Direito eleitoral e liberdade de expressão**. Belo Horizonte: Fórum, 2017. p. 161.

PAVANELLI, Vinícius Vidotto; SOUZA, Marcelo Agamenon Goes de. **A pandemia e as eleições municipais de 2020: o exercício constitucional do voto em um ano de isolamento**. 2020. Disponível em: <http://intertemas.toledoprudente.edu.br/index.php/ETIC/article/view/8790/67650257>. Acesso em: 14 abr. 2021.

PINTO, Djalma. **Direito eleitoral: improbidade administrativa e responsabilidade fiscal - noções gerais**, 3. ed, rev. Atual. São Paulo, Atlas, 2006.

RIBEIRO, Favila. **Direito Eleitoral**. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

SILVA FILHO, Lídio Modesto da. **Propaganda Eleitoral**. 2. ed. Curitiba: Juruá Editora, 2020.

VASCONCELOS, Clever; SILVA, Marco Antonio da Silva. **Direito Eleitoral**. 2. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2020.