

PROPAGANDA ELEITORAL: GARANTIA OU LIMITAÇÃO DO ESTADO DEMOCRÁTICO DE DIREITO?

Orientadores: MARCIÓ, Cesar

Pesquisadores: BAYERL, Suelen

Curso: Direito

Área: Ciências das Humanidades

Resumo: O presente estudo compreende a temática da propaganda eleitoral e seus critérios limitadores, bem como trata acerca da influência que a falta destes critérios causam ao que se compreende por Estado Democrático. Para tanto, o estudo procurou destacar formação do Estado, transitando pelo desenvolvimento histórico de Estado Absoluto, Liberal, Social e o Estado de Direitos. Apresentando a relevância do Estado Constitucional (supremacia da Constituição), restou discutida a evolução da democracia. Ao abordá-la, foram analisados os modelos: formal/representativa e substancial/participativa. Quanto à formal/representativa, concluiu-se pela inexpressiva efetividade real do significado democrático; Quanto a substancial/participativa, compreendendo o pleno exercício democrático, não resta limitada apenas à formalidade do voto. No tocante ao voto, fez-se uma breve digressão ao explanar sua historicidade e a ligação do voto com a origem da Justiça Eleitoral; Quanto aos programas políticos verificou-se que as propagandas eleitorais devem submeter-se ao Código Eleitoral; Contudo, a problemática central/celeuma encontra-se no dispositivo legal (art. 242 do referido diploma) que, regulando a matéria, define os limites da propaganda eleitoral, adstritas a critérios que não influenciem (artificialmente) a opinião pública (mental, emocional e/ou passional). A difícil concretização legal, perpassa as propagandas eleitorais (veiculadas de modo ilegal) ferindo o Estado Democrático de Direito, com a efetiva manipulação das massas, procedimento fruto (dentre outros) das propagandas eleitorais.

Palavras-chave: Voto. Democracia. Propaganda eleitoral. Critérios limitadores. Estado Democrático de Direito.

E-mails: suelen_bayerl@hotmail.com; cesar.marcio@unoesc.edu.br