

## DIREITO ELEITORAL CONTRA O INIMIGO

Rodolfo Viana Pereira

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

✉ rvianapereira@gmail.com

**Resumo:** O ensaio critica a recente minirreforma eleitoral em tramitação no Congresso Nacional, por se tratar de mais uma medida legislativa pontual que, ao focar na limitação da propaganda e dos gastos de campanha, deixa de enfrentar o grave problema da desigualdade na arrecadação e na alocação dos recursos. Sustenta-se que a iniciativa estimula, uma vez mais, a lógica restritiva e punitiva na regulação da Política que, em última instância, favorece a assimetria nas disputas, em benefício das candidaturas mais abastadas.

**Palavras-chave:** minirreforma, Congresso nacional, tribunais eleitorais, regulação política

**Abstract:** The essay criticizes the new electoral mini-reform under process at the National Congress since it is just another punctual legislative measure focusing only on advertising time limit and limit on campaigns expenses it fails to address the serious problem of electoral campaign disparity at collection and allocation of funds. This initiative encourages, once more, a limitative and punitive logic at the political regulation resulting in the asymmetry on the disputes that only benefits richest parties.

**Keywords:** mini-reform, National Congress, electoral tribunals, political regulation

Há uma interessante polarização entre os criminalistas, alguns a sustentar o Direito Penal Máximo e outros a bradar pelo Direito Penal Mínimo. Os primeiros, em regra, flertam com os postulados da tolerância zero, do intervencionismo e da restrição de direitos. Não raro, descambam para a desnaturalização da pessoa, convertendo-a, simbolicamente, em inimigo, contra o qual são justificadas estratégias jurídicas e políticas agressivas de combate.

Algo semelhante paira sobre a regulação da política no Brasil, em especial se focarmos as recentes reformas eleitorais. O candidato é o inimigo contra o qual é preciso armar barricadas e flexibilizar direitos. As motivações

são bem conhecidas: diminuir o abuso de poder econômico nas campanhas, lutar pela moralidade no exercício do mandato, velar pela isonomia das candidaturas.

Instigado pela força das circunstâncias, o Legislador fez surgir, desde meados dos anos 2000, leis altamente restritivas em matéria de propaganda eleitoral, arrecadação e gastos de recursos e registro de candidatura. Em reforço, os Tribunais Eleitorais desenvolveram, por sua vez, uma jurisprudência bélica a apontar na direção da restrição, da limitação, da contenção.

Se o imaginário coletivo justifica caudalosamente esse novo estado de coisas, as análises mais acuradas insistem em romper o óbvio. É que, apesar dos avanços quanto ao controle dos gastos de campanha, pouco ou nada se fez em relação ao modelo de arrecadação de recursos.

Proíbem vários tipos de propaganda. Instituíram uma apertada malha de procedimentos de auditoria das contas. Criaram vários mecanismos de inelegibilidade. Não obstante, a principal assimetria resta incólume: a entrada de recursos e sua distribuição entre os candidatos permanecem absurdamente desiguais, pois atendem à lógica estratégica dos fortes grupos econômicos doadores.

Por outras palavras, de nada adianta apertar o cerco quanto ao dispêndio quando a desproporção na arrecadação e na alocação do dinheiro continua a matar o princípio da isonomia das disputas. No fundo, esse modelo de regulação – o Direito Eleitoral Máximo – prejudica muito mais o candidato pobre que o candidato abastado.

As eleições proporcionais para vereadores e deputados exemplificam bem o ponto. A nossa “lista aberta” estimula a proliferação das candidaturas individuais, cada uma constituindo célula isolada de captação e gastos de recursos. Assim, o sucesso da empreitada individual atende à lógica do “cada um por si e todos contra todos”.

Fácil concluir que os candidatos com poucos recursos são estimulados a gritar desesperadamente por migalhas de visibilidade (o muro, o santinho, o cartaz, o cavalete), enquanto os competidores privilegiados usam, além desses recursos, outros inacessíveis ao resto, como a farta contratação de cabos eleitorais e o uso diferenciado do horário eleitoral gratuito<sup>1</sup>.

Nesse contexto, a nova minirreforma eleitoral aprovada recentemente no Senado (PL n. 441), continua a insistir no paradigma equivocado<sup>2</sup>. Apesar da boa intenção, firme no propósito de dar resposta rápida às manifestações, é criticável no que toca à insistência em continuar a tradição da limitação dos gastos, via restrição da propaganda e (insípida) diminuição do tempo de campanha.

O slogan continua a ser: “muitas proibições no varejo, grandes permissões no atacado”. O Projeto de Lei cuja votação está prestes a ser encerrada na Câmara institui nova bateria de vedações em matéria de propaganda (bens particulares e cavaletes), nova burocratização das campanhas (cria metodologia para aferição de decibéis dos carros de som!) e tangencia uma visão controladora da internet (a contratação de grupos de pessoas para campanhas online pode virar crime e ficam proibidas as meras enquetes e sondagens espontâneas).

Na prática, o efeito tende a ser o inverso do pretendido: mais uma norma que, em matéria de propaganda, dificulta as candidaturas com poucos recursos, facilitando as economicamente destacadas. Simples assim: o horário eleitoral, esse implacável devorador de reais, terá ainda mais impacto junto ao eleitorado.

---

<sup>1</sup> Não surpreende, pois, que, a despeito de toda legislação e jurisprudência restritivas, os gastos de campanha continuem aumentando significativamente.

<sup>2</sup> Na data da conclusão deste ensaio, a situação formal da tramitação da minirreforma encontrava-se no seguinte ponto: o Projeto de Lei foi recebido na Câmara sob o n. 6397/2013 e seu texto principal foi votado e aprovado em sessão do dia 16.10, tendo restado destaques a serem votados na sessão do dia 22.10. Posteriormente, o projeto voltará ao Senado. Em Debate, Belo Horizonte, v.5, n.4, p.26-30, Out. 2013.

Sobre o sistema arrecadatório nada foi dito. Quer dizer, no Senado, admitiu-se a doação por empresas controladas por concessionárias e permissionárias de serviço público, mas a votação do texto principal na Câmara resultou na supressão do dispositivo autorizador. No fundo, perdeu-se a grande oportunidade de realizar um ajuste pontual de grande impacto estrutural: limitar o teto de doação das empresas a valores nominais, acabando com a doação vinculada a percentual de faturamento.

É preciso dizer que o projeto tem alguns pontos positivos: mantém a validade da filiação partidária mais recente em caso de dupla filiação, prevê prazo máximo de 20 dias antes da eleição para substituição de candidatos proporcionais e majoritários (salvo falecimento), define melhor a destinação das sobras de campanha para os distintos órgãos partidários (municipal, estadual e nacional), limita a contratação de cabos eleitorais e transforma a boca de urna em ilícito cível, punido com multas elevadas.

No balanço das contas, a nova minirreforma eleitoral inaugurada no Senado é, apesar de bem intencionada, uma pílula diversionista. Na Câmara, o quadro geral não foi modificado, uma vez que o texto principal foi aprovado em sessão do dia 16 de outubro, aguardando-se apenas a votação dos destaques pontuais para a sessão do dia 22 de outubro.

Se publicada nesses moldes, será mais uma lei de ocasião a se unir à dispersa malha legislativa eleitoral, sem impactos relevantes. Na tentativa de dar alguma resposta, o Senado, e também a Câmara, acabaram por dar resposta nenhuma.

Enquanto isso, as novas eleições se avizinham. Às armas!

## Referências

CAMPOS, Mauro Macedo. *Democracia, partidos e eleições: o custo do sistema partidário-eleitoral no Brasil*. Tese de Doutorado. Belo Horizonte: Departamento de Ciências Políticas da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da UFMG, 2009.

MANCUSO, Wagner Pralon e FERRAZ, Alexandre Sampaio. *As Distorções do Financiamento de Campanhas*. Acessível em <http://reformapoliticaufmg.wordpress.com/2012/04/10/as-distorcoes-do-financiamento-de-campanhas>.

BAKES, Ana Luiza e SANTOS, Luiz Cláudio Pires dos. Gastos em Campanhas Eleitorais no Brasil. In *Cadernos Aslegis*, n. 46, maio/ago. 2012.