

3. INFORMAÇÕES JURÍDICAS DE INTERESSE INSTITUCIONAL

3.1 PÚBLICO: CONSTITUCIONAL, ADMINISTRATIVO E INSTITUCIONAL

3.1.1 A reforma eleitoral projetada



Edson de Resende Castro

Edson de Resende Castro

Promotor Eleitoral em Minas Gerais

Coordenador do CAO-Eleitoral do MPMG

Autor do "Teoria e Prática do Direito Eleitoral"

O assunto do momento, na imprensa e no meio político é a prática do chamado "caixa 2" dos partidos políticos e das campanhas eleitorais. Consiste ele, em síntese, na arrecadação de recursos financeiros ou no recebimento de doações em bens ou serviços estimáveis em dinheiro, sem o correspondente registro contábil e, conseqüentemente, sem prestação de contas à Justiça Eleitoral. A disciplina legal da arrecadação e aplicação de recursos de campanha eleitoral (Lei 9.504/97 e Resolução TSE n. 21.609/04) impõe a candidatos e partidos políticos a emissão de recibos eleitorais aos doadores, mesmo quando a doação consistir em bens ou serviços, como também que os recursos financeiros sejam movimentados exclusivamente em conta corrente aberta especialmente para a campanha eleitoral. Ao final da campanha, a prestação de contas a ser submetida à Justiça Eleitoral deve refletir essa realidade de arrecadação e aplicação de recursos. O que ocorre com o "caixa 2" é que partidos e candidatos recebem recursos sem a emissão do recibo e sem depositá-los na conta corrente da campanha, portanto sem qualquer registro contábil, daí que ficam à vontade para a aplicação também ao largo de qualquer formalidade.

O curioso é que candidatos e partidos são levados à prática dessa conduta (que de resto caracteriza crime eleitoral, pois omitida informação à Justiça Eleitoral quando da prestação de contas art. 350, do Código Eleitoral) principalmente por temerem que a realidade do volume financeiro de suas campanhas leve à caracterização de abuso do poder econômico. Sem descartar a possibilidade de a falta de contabilização de certas doações ter como razão o interesse do candidato ou partido em manter no anonimato os doadores, nada mais justificaria a conduta, pois a legislação eleitoral pátria não impõe limite para os gastos de campanha. Ao contrário, dá aos partidos a liberdade de informarem à Justiça Eleitoral quanto pretendem gastar com cada candidatura.

A partir da revelação dos diversos casos de "caixa 2" praticados nas últimas campanhas eleitorais, iniciou-se significativo movimento para a reforma da legislação, na expectativa de criarem-se mecanismos que estanquem a odiosa prática.

Mas não tenhamos ilusão. Ando refletindo muito a respeito do assunto e a conclusão é que, se mantido o atual sistema (em que a fixação do limite de arrecadação é feita pelo próprio partido e a sofisticação da propaganda exige mesmo recursos milionários), pouquíssimas são as chances de o "caixa 2" ser apanhado pela Justiça Eleitoral no procedimento da prestação de contas.

É certo que no Estado Democrático de Direito não se justifica que a arrecadação de recursos para as campanhas não seja

acessível ao eleitor. Se é este o destinatário da propaganda eleitoral (porque cabe a ele decidir em quem votar), incompreensível que não possa o eleitor saber quem está a financiar o candidato que lhe pede o voto. Então, já é passada a hora de a arrecadação ser procedimento transparente, disponibilizando-se periodicamente, via Internet e pelos meios de comunicação de massa, e ainda durante a campanha, a relação dos doadores e dos respectivos valores. Quem resiste a isso revela inaceitável intenção de esconder dos seus eleitores as suas fontes de financiamento.

A par de medidas de tal natureza, como também a tipificação da conduta como crime eleitoral sancionado com pena privativa de liberdade que cumpra com sua finalidade de prevenção geral (pena que não permita a aplicação de institutos de despenalização, como transação e suspensão do processo), parece-me necessário partir para o controle do aspecto externo das campanhas eleitorais, com isso diminuindo a necessidade de arrecadação milionária. No atual modelo, a propaganda eleitoral é exageradamente sofisticada e se utiliza de recursos áudio visuais que em nada contribuem para a sua verdadeira razão de ser: o diálogo do candidato com o eleitorado, expondo-lhe as propostas para o exercício do mandato que se disputa. De fato, o eleitor necessita de ampla informação dos candidatos quanto às suas metas e planos de governo, como também de sua trajetória de vida, para decidir o voto de forma livre e consciente (a propaganda eleitoral informativa e verdadeira é direito do eleitor). O resto é pura pirotecnia, que, de um lado, embeleza e torna mais agradável a propaganda, mas, de outro, cria ilusão na mente do eleitor desavisado, levando não raro ao equívoco do voto.

Alguns meios de propaganda atualmente aceitos, e até regulados em lei, consomem cifras altíssimas e contribuem para a opção do partido ou candidato pela prática do "caixa 2". Refiro-me à propaganda na TV, p.ex., com computação gráfica, montagens e cenas externas, com decisivo trabalho de marketing, sobrando muito pouco para a fala do candidato. Também os comícios com apresentação de artistas, que fazem do evento uma festa e nada de propaganda eleitoral. Baners, faixas, placas e cartazes nas vias públicas só causam poluição visual, porque se limitam à divulgação do nome do candidato, não expondo qualquer proposta e, portanto, não contribuindo em nada para a informação do eleitor. E tudo isso, como se sabe, custa muito aos cofres da campanha.

Vedando-se tais e outros meios de propaganda, como é uma das propostas de lei em tramitação na Câmara Federal, a consequência natural é a desnecessidade da corrida desenfreada pela arrecadação de recursos, ante o barateamento da campanha. Ataca-se o "caixa 2" de forma indireta e, melhor, oferece-se à Justiça Eleitoral e ao Ministério Público efetivas condições de fiscalização e controle.

A diminuição do tempo de campanha, como se vem também propondo ao Parlamento, é outro assunto que merece profunda reflexão, a ser tratado oportunamente.