



Bem-vindo ao Horário Eleitoral Gratuito!

Céli Regina Jardim Pinto*

Dia 19 de agosto começou o Horário Eleitoral Gratuito de rádio e televisão, que se estende até dois de outubro, três dias antes do primeiro turno das eleições de 2014. Durante esse período, a programação do rádio e da TV aberta é interrompida duas vezes ao dia para que os candidatos à Presidência da República, a Senador, a Governador, a Deputado Federal e Estadual apresentem-se aos eleitores.

A lei garante dois blocos de 50 minutos na TV (às 13h e às 20h30min) e de 30 minutos no rádio (às 7h e ao meio-dia). A divisão do tempo tem duas metodologias: 1/3 é igualmente dividido entre coligações ou partidos quando estes concorrem isolados. Por esse critério, em 2014, cada candidato à Presidência da República tem garantidos 15 segundos e 6 centésimos. Os 2/3 restantes são divididos de acordo com o número de deputados que partidos, coligados ou não, fizeram nas últimas eleições, no caso, em 2010. Em decorrência desse critério, os três principais candidatos à Presidência da República têm os seguintes tempos: Dilma Rousseff, 11min24s; Aécio Neves, 4min35s; coalizão liderada pelo PSB, 2min35s. Os demais candidatos têm tempos que variam entre 1min e 45s.

Volta, assim, à ordem do dia, uma velha lenga-lenga contra o Horário Eleitoral, que passa primeiro pelos grandes meios de comunicação, que se sentem prejudicados em seus interesses comerciais com a alteração da grade de suas programações. Mas também há uma queixa espalhada entre a população, que vê seu cotidiano televisivo interrompido. O discurso é sempre o mesmo: todos os candidatos são iguais, prometem mundos e fundos que não cumprem, só sabem roubar, são corruptos, são ridículos, tudo é feito por marqueteiros, tudo é uma farsa.

Mas, se tudo é farsa, se ninguém assiste, por que os candidatos lutam tanto por coligações que garantam mais alguns segundos na TV e no rádio? Se o eleitor realmente não dá a menor importância ao Horário Eleitoral gratuito, por que então os candidatos disputam tanto alguns poucos segundos?

Gostaria de começar a analisar a questão da Propaganda Eleitoral Gratuita por uma

afirmação: a propaganda é tão importante para os candidatos quanto para os eleitores, e mais, é uma conquista para a democracia. Ela existe em muitos países, com diferentes formatos. Em alguns, também é possível, além do tempo gratuito, comprar tempo de TV. Nos Estados Unidos, entretanto, todo o tempo é comprado. A gratuidade total, como no Brasil, é um princípio democrático fundamental.

Todavia, se esse modelo tem muitas qualidades, a lei em que se insere permite deturpações que não podem deixar de ser apontadas. É correto argumentar que os programas tornaram-se atrações televisivas de altíssimo custo, sendo um dos itens importantes para colocar as eleições brasileiras como uma das mais caras do planeta. Também é correto afirmar que o mundo do marketing e dos “assessores” domina a cena: imagens, músicas, apelos emocionais tomam o espaço do discurso com conteúdo político e programático. O valor exorbitante dos programas é resultado de campanhas eleitorais que obedecem a uma lei que não impõe qualquer limite aos gastos legalmente comprovados. Os candidatos, já na inscrição, inflacionam o preço de suas campanhas quando são obrigados a fazer uma previsão de gastos para depois buscarem financiamento a custo muito alto no mercado.

Mesmo reconhecendo que o Horário Eleitoral Gratuito, ao longo dos anos, sofreu graves deturpações, ainda assim sobram-lhe qualidades para ser defendido como um componente positivo do processo eleitoral brasileiro. Elencarei duas que penso serem as principais: a primeira é o simples fato de que, por meio da mídia, os candidatos se dão a conhecer, ou, se já são conhecidos, se fazem lembrados. Apesar do marketing, das cenas piegas e das músicas algumas vezes infames, os candidatos se mostram, dizem a que vêm, dão o tom de sua participação. Até um eleitor não muito atento à vida política, após duas ou três semanas de programação, é capaz de fazer algum juízo sobre os candidatos principais e apontar razões para críticas ou apoios. Muito pode ser visto em meio à parafernália televisiva.

Uma crítica muito comum é que, nos programas, aparece muita «baixaria». Isso é verdade, mas o que também merece atenção é o fato

de que elas não nascem nos programas, elas circulam nas campanhas e, algumas vezes, são plantadas pelos agentes apoiadores de um ou outro candidato. Outras vezes, são boatos que aparecem fantasiados de notícias em um tipo de mídia pretensamente imparcial. O Horário Eleitoral Gratuito é o lugar para denunciar as baixarias, os boatos, as denúncias anônimas. Portanto, para os candidatos, é um espaço privilegiado, mas não o seria se o eleitor não desse credibilidade a ele, e aí está a segunda razão da importância.

O programa inaugura o tempo da política; a partir dele as pessoas começam a falar de política, a se informar sobre os candidatos, a pensar nas eleições. Conversar sobre política é fundamental para a democracia. Certamente o programa não é um campeão de audiência, mas também não é, de forma alguma, o fracasso que alguns grupos, principalmente da grande mídia, desejam fazer crer. A TV fica ligada, há sempre pessoas que veem e comentam. Elas podem não ver todos os dias, mas veem alguns e, mesmo sem se darem conta, começam a participar de um debate público. O rádio é um companheiro de trabalho, de longas horas no trânsito, ouvido em todas as mídias.

Muitos leitores podem estar pensando que agora o importante não é mais a TV, mas a internet, o twitter, o facebook, o whatsapp. Sem dúvida, nas próximas eleições, a presença desses meios será maior do que nunca, pois o crescimento do número de brasileiros com acesso à internet e ao celular é surpreendente, mas é um engano pensar que eles serão os grandes atores desta eleição. Há uma distância entre a expansão da internet, das mensagens no twitter e no whatsapp e o uso cotidiano desses meios como forma de informação e mobilização.

Pesquisas mostram a importância que essas ferramentas tiveram nos eventos de junho de 2013, quando houve muita comunicação via celular e alguns blogs e páginas de facebook, nacionais e internacionais, articularam muitas das ações. Mas como isso se converteria em ferramenta na propaganda eleitoral?

Para responder a essa pergunta, não se pode perder a dimensão do eleitorado brasileiro em relação aos usuários de ferramentas da internet como meio de informação e discussão

de temas públicos. Somos 141.824.607 eleitores aptos a votar em 5 de outubro de 2014, segundo os dados do TSE. O entusiasmo com a internet e suas ferramentas pode levar a certa confusão entre mandar fotos e selfies, marcar encontros, trocar frases melosas de autoajuda, na maioria das vezes falsificando autores, com um uso habermasiano do espaço público. Certamente há uma enorme potencialidade a ser explorada pelos usuários da internet, mas isso, parece, ainda ficará no campo potencial.

Mesmo reconhecendo que parte dos usuários esteve envolvida em debates públicos nos eventos de junho de 2013 no Brasil, é preciso ter clareza de que os grupos de jovens que participaram entusiasmadamente negavam as instâncias da democracia representativa, que tem nas eleições o momento máximo de participação. Nos blogs e páginas de facebook do Movimento Passe Livre, do Black Block, dos Anonymous e do Bloco de Luta, por exemplo, há posições radicais de crítica à política e à representatividade facilmente perceptíveis no texto atual do blog do Bloco de Lutas: “Às vésperas das eleições e em meio a um momento de tensão e forte repressão estatal e policial – a Copa do Mundo –, o Bloco de Lutas mostra com esse evento a possibilidade de fazer política de maneira diferente, por fora dos velhos instrumentos eleitorais e representativos, que priorize a organização desde baixo e o debate com a população na construção de projetos de iniciativa popular” (<<http://bloco deluta.noblogs.org>>, acessado em 9 de agosto 2014).

Em síntese, nada leva a pensar que os grupos que se articularam no ano passado tenham qualquer intenção de mobilizar o eleitor em 2014. A profícua discussão que acontece via internet busca novas formas de participação, um alargamento da inclusão, o reconhecimento, e não a luta pelo voto na urna. Portanto, sem desprezar as novas mídias, elas não deverão ser o principal canal de instauração do tempo da política. O debate ainda será muito centralizado no Programa Eleitoral Gratuito de rádio e televisão e nos debates entre candidatos, mas isto já é tema para outro artigo.

*Doutora em Ciência Política e Professora do Departamento de História do IFCH/UFRGS

