

Financiamento Público das Campanhas Eleitorais e a Ética

Agnaldo Rodrigues Pereira

26º juiz de direito auxiliar

Caderno Direito & Justiça do Estado de Minas do dia 04/01/2010

O Brasil conta com campanhas para presidente, governadores e prefeitos, senadores, deputados federais, estaduais e milhares de vereadores. As campanhas são fracionadas de dois em dois anos e a possível unificação contribuirá para redução de gastos. Mas, única ou fragmentada, são elevadíssimos, inclusive, segundo estudo realizado pela Associação Brasileira de Consultores Políticos, "partindo do zero", ou seja, sem nenhum tipo de estrutura partidária, incluindo os gastos desde a faxineira e o escritório até o estrategista, o custo médio de uma campanha para prefeito nas últimas eleições foi de US\$ 14 e de US\$ 8 para vereador, por eleitor inscrito.

Ditos gastos são totalmente divergentes daqueles declarados ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE), segundo matéria publicada no Consultor Jurídico: "Pessoas com experiência em campanhas eleitorais são unânimes em afirmar que a contabilidade que os partidos são obrigados por força de lei a apresentar ao TSE não refletem nem a sombra da verdade. 'Cada 1 real declarado ao TSE corresponde a 10 reais efetivamente gastos', garante um tesoureiro de campanha com longa estrada em eleições estaduais...". Essa diferença atesta a existência de caixa dois, proveniente de Doações inoficiosas e que permanecem na clandestinidade.

Noutro giro, os subsídios pagos aos detentores de mandatos eletivos são infinitamente inferiores aos gastos, algo em torno de R\$ 350 mil/ano, no máximo. Alguns candidatos desistem e outros, infelizmente, aderem ao lobby pré-eleitoral e consentem com o financiamento por grupos econômicos, formando-se uma coalizão entre candidatos e lobistas. Como esclarece Adriana Cuoco Portugal: "Os lobistas, engajados em influenciar as políticas adotadas em benefício próprio, têm grandes incentivos de financiar os gastos com as campanhas eleitorais de candidatos que possam vir a implementá-las.

Por outro lado, os políticos também são atraídos pelos recursos de grupos de interesse, uma vez que a ajuda obtida pode ser usada para ampliar o alcance das campanhas eleitorais e, por consequência, aumentar as chances de vencer a disputa", advertindo que "essa cooperação durante o período pré-eleitoral tende a promover ganhos para as partes envolvidas em detrimento potencial da população", anotando, como exemplo, o escândalo dos anões do Orçamento.

Essa relação promíscua e antiética fomenta a corrupção, a qual, conforme estudo do Banco Mundial "custa aos países em desenvolvimento de 20 bilhões a 40 bilhões de dólares por ano". A Convenção das Nações Unidas contra a Corrupção (CNUCC) assinala que são sinais de que algo está errado com as administrações públicas e, como causa remota, há um elo entre a forma de ascensão aos cargos e a corrupção.

Analisando a questão, Renato Ventura Ribeiro anota que “as consequências são gravíssimas. Além da questão moral e do descrédito da população no sistema político, o custo da corrupção nos preços e sua estimativa de participação no Produto Interno alcançam níveis recordes, prejudicando o desenvolvimento econômico”.

Surge como alternativa o financiamento público, conforme estudo de Adriana Couco Portugal: “Os modelos indicam que o financiamento exclusivamente público de campanhas possibilita que os candidatos se comprometam com a adoção de plataformas socialmente ótimas, enquanto no caso de contribuições exclusivamente privadas há um viés no sentido de serem adotadas políticas subótimas por meio da influência dos grupos de lobby”, com o restabelecimento da ética na administração da coisa pública, maior igualdade entre os candidatos e, conforme exemplificado pelo governador do Paraná, Roberto Requião, abertura de espaço para a participação de classes mais pobres, in verbis: “Sou favorável, então, ao financiamento público como um recurso para dar possibilidades de participação a quem não tem nenhuma, para abrir espaço para os quadros políticos e sociais mais pobres da sociedade”.

Nesse novo cenário, ocorrerá o crescimento do PIB e da arrecadação fiscal, já que, pelo modelo atual, 90% das despesas são pagas sem notas, mas, com o financiamento público, todas as despesas com publicidade e pessoal, serão contabilizadas, forçando o recolhimento dos tributos e contribuições (ISSQN, ICMS, IR, INSS etc.) pelos fornecedores dos produtos ou serviços.

O Brasil conta com 131.481.361 eleitores e, pelo projeto em tramitação no Congresso Nacional, seriam distribuídos entre os partidos R\$ 921 milhões para financiamento das campanhas e, se considerado o valor apurado pela ABCOP, o valor seria de US\$ 1,84 bilhão, o qual, em comparação com o rombo ocasionado pela corrupção, de US\$ 20 bilhões a 40 bilhões, é mínimo. Nos anos não eleitorais, com repasse de US\$ 0,20/eleitor, a economia será fabulosa, superior a US\$ 19,97 bilhões, aproximadamente.

Conclui-se, então: 1º) que o resgate de cidadãos já descrentes com os rumos da política, íntegros e compromissados com o interesse público, aptos a serem inseridos nas disputas para os cargos, mas desafortunados de recursos, passa pelo financiamento público das campanhas eleitorais; 2º) imprescindível que os recursos sejam rigorosamente fiscalizados, criando-se mecanismos aptos para o acompanhamento e controle dos gastos, com a participação direta da sociedade, polícias, receitas Federal, estaduais e municipais e do Banco Central, em apoio à Justiça Eleitoral, e, 3º) seja sob o ângulo econômico ou ético, o financiamento público das campanhas eleitorais, dá mostra que é, além de democrático, uma boa opção para redução da corrupção, com a extinção de “benesses” para “lobistas”, aumentando, com isso, os recursos para obras e serviços públicos essenciais.