



DIREITO DE VOTO: Decisões da Justiça Eleitoral não afetam a eleição



Desde o dia 4 de abril — data em que o ministro Ricardo Lewandowski assumiu a presidência do TSE — a corte eleitoral já julgou 111 processos envolvendo diretamente interesses dos dois principais candidatos à presidência da República, o tucano José Serra e a lulista Dilma Rousseff. O placar da contenda entre os dois favoritos da eleição presidencial indica que 59 decisões foram favoráveis a Serra e 52 a Dilma. Para usar a linguagem dos pesquisadores eleitorais, pode-se dizer que a disputa está tecnicamente empatada, dentro da chamada margem de erro.

Mais do que o equilíbrio dos julgadores da mais alta corte eleitoral, chama a atenção a irrelevância da esmagadora maioria das causas levadas à apreciação dos doutos ministros. Pode-se dizer que nenhuma dessa centena de decisões tidas em conta teve o mais mínimo impacto no andamento da campanha eleitoral.

A única demanda ao TSE que poderia mudar o rumo da eleição presidencial foi arquivada pelo corregedor-geral eleitoral, ministro Aldir Passarinho, sem maiores delongas. Trata-se da representação da coligação que apoia o candidato Serra pedindo a cassação do registro da candidata Dilma. A alegação é que a petista usou a Receita Federal em proveito de sua candidatura. O ministro entendeu que a alegação não tinha fundamento em provas e mandou-a para o lixo, sem levá-la a plenário. Evidentemente que nem os autores da representação acreditavam que ela tinha alguma chance de prosperar.

Está certo que a legislação eleitoral determina que uma placa de propaganda não pode ocupar área superior a 4 metros quadrados. Mas será que a mais alta corte de Justiça Eleitoral do país tem mesmo de perder tempo, energia e ciência jurídica para decidir se a placa da propaganda de Dilma Rousseff que media exagerados 71 metros quadrados estava enquadrada no espírito da lei, já que a letra ela feria? Decidiram que a placa era ilegal e aplicaram uma multa de R\$ 5 mil à candidata petista.

Até o início da campanha, as representações de um partido contra o outro eram de propaganda



antecipada. Depois que a propaganda eleitoral ganhou legalidade temporal, as reclamações recaíram sobre as suas irregularidades. Como o tamanho da placa da Dilma. Ou como a invasão de tempo no horário eleitoral, geralmente com o candidato majoritário avançando sobre a já estreita janela dos candidatos proporcionais. Ou exigindo direito de resposta, reclamação da qual não escapam veículos de comunicações do tamanho de uma revista *Veja* tanto quanto ignotos blogs que pululam na internet.

A novidade nessa campanha foi que a internet é, supostamente, um bom veículo para burlar a lei eleitoral. E lá se vão os ministros discutir se era legal a mensagem disparada pelo *twitter* do candidato a vice na chapa de Serra, Índio da Costa. "Juntos aqui na rede faremos a diferença", disse o Índio. O ministro Henrique Neves achou que não era legal e aplicou-lhe uma multa.

A repercussão de decisões como essas no resultado da eleição é praticamente nulo, embora elas tenham que ser proferidas para garantir o bom andamento da campanha. As penas impostas aos infratores também não assustam ninguém. As sete multas aplicadas a Dilma por desrespeito à lei eleitoral lhe custaram R\$ 33 mil, uma ninharia comparada aos R\$ 157 milhões que o partido reservou para elegê-la presidente. José Serra foi multado seis vezes mas desembolsou um pouco mais: R\$ 40 mil, igualmente relevantes diante dos R\$ 180 milhões da campanha.

Na verdade, quando recorrem à Justiça Eleitoral, o que menos preocupa os reclamantes é o Direito ou a Lei. Haja vista que autores e pacientes das ações estão sempre trocando de posição: quem é a caça num dia, no outro é o caçador. O acusado de hoje é o acusador de amanhã — só o crime não muda.

A judicialização da campanha é o resultado da tentativa de normatizar o processo eleitoral em seus mínimos detalhes. Fazer propaganda eleitoral, a não ser em raras exceções previstas em lei, é crime. Da mesma forma, doar dinheiro para campanha quase sempre é crime e gastar dinheiro para conquistar o eleitor, idem.

Com lei e resoluções proibindo quase tudo, os partidos transformaram o recurso à Justiça em estratégia de campanha. Ao entrar com uma ação na Justiça eleitoral, o candidato ou partido demandante no mínimo vai dar trabalho para o candidato demandado. Enquanto se defende, o adversário deixa de pedir voto. E que ganhe o melhor.

Date Created

16/09/2010