



João Yuji: Eleições devem seguir regras de publicidade da OAB

A prática da advocacia e o cumprimento de um mandato no Poder Legislativo são duas funções que em muito se assemelham. A procuração é o instrumento do mandato na advocacia, e possui valor perante o Judiciário, e o voto é o instrumento do mandato em relação aos parlamentares (municipais, estaduais ou federais), e possui valor perante o Legislativo; os honorários do advogado são pagos diretamente pelo cliente, e os honorários do parlamentar são pagos indiretamente pelo eleitor submetido ao pagamento forçado de tributos.

A relação estabelecida com a celebração de um mandato é personalíssima e de confiança, o que justifica a existência das normas éticas da OAB em relação à publicidade. Tais normas deveriam ser aplicadas com igual rigor em relação aos mandatos exercidos no Legislativo, com os ajustes necessários em das diferenças entre os dois tipos de mandato.

Infelizmente, em regra o mandato político não é exercido no rigor do sentido do termo. Na maioria dos casos, as campanhas são financiadas por detentores de poder econômico que acabam por ser os únicos mandatários (representados) de fato, principalmente nas grandes cidades e nos cargos estaduais e federais, sendo os demais outorgantes do mandato e pagantes dos honorários mera massa de manobra.

Nos municípios menores, em razão da proximidade com a população, é possível que o Vereador cumpra verdadeiramente um mandato quando eleito, pois está a seu alcance falar pessoalmente com os representados durante todo o exercício do mandato, pois uma estrutura comparável à de um grande escritório de advocacia é necessária para tal fiel cumprimento do mandato outorgado em relação a cargos cujo quociente eleitoral é mais elevado.

É possível até mesmo estabelecer analogias entre os passos do processo legislativo e do processo judicial; a petição inicial é comparável à propositura de um projeto de lei, o despacho inicial ao parecer da comissão de justiça e redação (ou constituição e justiça), a audiência à sessão plenária, o julgamento à votação em plenário, etc..

Considerando-se a natureza e as peculiaridades da função do parlamentar, as normas da OAB em relação à publicidade são um bom parâmetro para o combate à mercantilização da política no Poder Legislativo, e para preservar a relação pessoal de confiança que se estabelece entre o representante e o representado em tal esfera, evitando-se a massificação do serviço prestado, que é extremamente pessoal e só pode ser corretamente realizado com base em vínculos de confiança, assim como a advocacia.

Infelizmente tais restrições são inviáveis para as candidaturas ao Executivo, por isso esta análise se dirige ao Legislativo.

Os parlamentares de todas as esferas, notadamente os dos municípios pequenos onde a representatividade não demanda a organização de uma estrutura complexa, devem se espelhar na advocacia em seu trabalho, não apenas no aspecto ético, mas também no operacional, e fornecer relatórios a seus eleitores sobre como as suas causas estão sendo patrocinadas, defender tais causas com conhecimento jurídico, e atender seus eleitores com o profissionalismo que um advogado recebe seus



clientes.

O eleitor jamais deve votar em um candidato para o qual não outorgaria uma procuração ad judícia e pagaria honorários, pois é exatamente isso que faz ao votar em um desconhecido que aparece nas propagandas, sendo que os honorários lhe são subtraídos nos termos do artigo 157 do código penal, que infelizmente não é aplicável às relações tributárias em razão das exceções positivadas em nosso ordenamento jurídico.

Se o eleitor não possui vínculo de confiança suficiente para outorgar uma procuração e pagar honorários a nenhum candidato inscrito, ele deve votar nulo, e não no menos pior ou no mais simpático; nem deve pagar honorários e outorgar uma procuração em branco para tomar qualquer medida no Poder Legislativo em seu nome em troca de uma cesta básica.

Obter votos para o Legislativo com propaganda é algo inadmissível e incompatível com a natureza personalíssima da relação que se estabelece em um mandato.

O voto deve ser trocado pelo efetivo patrocínio de uma causa, com comunicação durante o exercício do mandato, envio de relatórios sobre os andamentos processuais e solicitação dos documentos necessários para a defesa da causa. O bom candidato não pede voto, oferece um serviço de representação em determinada instância, serviço que é remunerado com o voto, que se reverte em uma procuração temporária e em honorários pagos pelo próprio eleitor, ainda que contra sua vontade.

É inadmissível aceitar o pagamento de honorários (realizado de forma tortuosa pela criminoso via tributária no caso dos mandatos eletivos) sem uma contraprestação dentro do âmbito da atuação profissional do mandatário, ou seja, a defesa de determinada causa com conhecimento e técnica jurídica, propositura das medidas institucionais cabíveis, comunicação com o mandatário ao longo do processo para promover a adequada instrução processual e fornecimento dos informes e esclarecimentos sobre os trâmites processuais.

Se pelo menos estes servidores públicos podemos escolher, que o façamos com critério, o que não é difícil para qualquer pessoa que já tenha precisado contratar um advogado, e que já conhece a dinâmica da relação mandante/mandatário na posição de mandante. Se o candidato não conhece a sua causa, nem tem um compromisso pessoal de propor as medidas cabíveis para defendê-la dentro da esfera de alcance de sua atuação institucional, é evidente que quando eleito o parlamentar não irá cumprir corretamente sua função, por mais boa-fé que tenha, simplesmente por não possuir as condições básicas necessárias para tanto. É uma via de mão dupla, e não se pode colocar a culpa do fracasso no mandatário se o mandante não fornecer as condições necessárias para o cumprimento do mandato.

O substancial detalhamento principiológico sobre ética profissional, publicidade e profissionalismo da OAB, e o know-how significativo sobre representação de mandatários perante os poderes instituídos dos advogados, podem e devem ser utilizados como base para a construção da cultura eleitoral e de representatividade nas instituições legiferantes.

A aplicação das normas a que a advocacia está sujeita aos mandatários do Legislativo, notadamente em relação à publicidade, e evidentemente com os ajustes que se fazem necessários, além de minimizar os efeitos perversos da mídia e da propaganda sobre o espaço público em favor de grupos particulares



favorecidos economicamente, irá fomentar uma lenta conscientização do povo sobre as consequências do voto, e as implicações jurídicas e financeiras da outorga de tal espécie de procuração. A advocacia é peça chave neste trabalho de conscientização.

Date Created

16/08/2015