
Confirmação de ministro para a Suprema Corte começa com anúncios

Em todo o mundo, telespectadores do horário nobre da televisão esperam intervalos comerciais com anúncios de todas as espécies, menos a favor ou contra a nomeação de um ministro para a Suprema Corte — a não ser nos Estados Unidos. Desde que o presidente Donald Trump indicou o juiz conservador Brett Kavanaugh para a Suprema Corte, a guerra de comerciais não para.

A organização Judicial Crisis Network, que defende os princípios conservadores, anunciou que vai gastar mais de US\$ 10 milhões em uma campanha publicitária de apoio à nomeação de Kavanaugh.

O primeiro anúncio comercial pede a confirmação da indicação do presidente para a Suprema Corte, com o argumento de que Kavanaugh é “uma pessoa de caráter impecável, qualificações extraordinárias, independência e imparcialidade”.

Até o momento, não se discute o “caráter impecável” e as “qualificações extraordinárias” de Kavanaugh. Porém, a “independência” e a “imparcialidade” do juiz foram exaustivamente discutidas desde que seu nome foi anunciado pelo presidente. Afinal, já se sabe, por seu histórico, que ele sempre vota de acordo com as convicções ideológicas do Partido Republicano — e a favor do governo e de empresas.

A Judicial Crisis Network também lançou um website (confirmkavanaugh.com), que descreve mais extensamente as qualidades do juiz, traz sua biografia, fatos, declarações de apoio e outros recursos, e pede a confirmação de sua indicação.

Do outro lado do espectro político, a organização Demand Justice prometeu gastar pelo menos US\$ 5 milhões em anúncios publicitários, pedindo a rejeição pelo Senado da indicação do presidente. O anúncio faz o que se espera da oposição: ataca as qualificações e a parcialidade do juiz.

O anúncio garante que Kavanaugh vai votar pela deslegalização do aborto e vai ajudar os conservadores a acabarem com o Obamacare, o seguro-saúde acessível à população de menor renda, e deixar milhões de habitantes sem cobertura de seguro para tratamento de saúde.

A organização também criou um website (stopkavanaugh.com), onde destaca mais problemas da nomeação: “Não é de admirar que Trump indicou Kavanaugh. Ele escreveu que um presidente em exercício nunca deve ser indiciado e que ele pode demitir quem quer que o esteja investigando, quando ele quiser”. Trump vive a ameaça de ser indiciado — ou pelo menos interrogado — pelo suposto conluio de sua campanha eleitoral com a Rússia.

Mas, afinal, por que essas organizações investem tanto dinheiro e esforço nessas campanhas publicitárias? A razão dos meios conservadores-republicanos é apenas convencer três senadores do Partido Democrata a votar a favor da nomeação do juiz conservador. E a razão dos meios liberais-democratas é estimular duas senadoras republicanas a votar contra a nomeação.

Com os anúncios, as organizações dos dois lados esperam que os eleitores telefonem para os senadores que estão em cima do muro e exijam que eles votem a favor ou contra a nomeação, de acordo com os

interesses de cada lado.

O Partido Republicano precisa de maioria simples (51 votos) para confirmar a indicação do presidente. O Partido Republicano detém 51 assentos na Casa. Mas um senador não poderá comparecer à votação, porque está enfrentando um câncer, e duas senadoras, a favor da “escolha da mulher” (“*pro-choice*” — ou seja, a favor do aborto), ameaçam votar contra a indicação.

Do lado dos democratas, três senadores estão em cima do muro, porque eles representam estados eminentemente conservadores e receiam perder as eleições de novembro para o Senado se votarem contra a indicação de Kavanaugh.

Uma característica sempre questionada dos investimentos de organizações conservadoras e liberais no processo de confirmação de ministros para a Suprema Corte é o anonimato dos doadores. Os investimentos são feitos às claras pelas organizações, mas seus doadores são secretos.

Uma lei federal permite às organizações estruturadas com isenção fiscal, por se dedicarem ao bem-estar social, não revelar as fontes das doações que recebem. Isso permite que empresas, por exemplo, que estejam interessadas em manter o domínio conservador na Suprema Corte, invistam quanto dinheiro quiserem na campanha a favor de um juiz conservador. Ou que sindicatos invistam na campanha de um juiz liberal.

“É uma situação problemática”, declarou a organização Campaign Legal Center. “Os eleitores nunca sabem se os doadores são pessoas ou organizações com algum interesse específico em processos perante a Suprema Corte. No entanto, os doadores podem ser recompensados de uma maneira ou outra, por divulgarem estrategicamente suas doações para as autoridades certas em Washington.”

Date Created

14/07/2018