

# JUSTIÇA & CIDADANIA<sup>®</sup>

Edição 165 • Maio 2014



EDIÇÃO COMEMORATIVA

## A CONSTRUÇÃO DE UM LEGADO

REVISTA COMEMORA ANIVERSÁRIO COM NOVOS PROJETOS PARA A PROMOÇÃO DO JUDICIÁRIO

Editorial: Anarquia, não! Basta!



# A farsa da democracia

Antonio Carlos Martins Soares

Procurador Regional da República na 2ª Região  
Membro do Conselho Editorial

A democracia tal como é hoje praticada nos países ocidentais e imposta ao resto do mundo como modelo de regime político se apresenta como um verdadeiro embuste.

A começar pelo acesso aos mandatos eletivos, passando pelo espaço nos veículos de comunicação, a disputa entre candidatos se mostra inteiramente desigual.

Por outro lado, a defesa intransigente da democracia pela maioria dos veículos de comunicação se deve mais a interesses próprios do que por convicção ideológica. É que o acesso e a manutenção do poder nas democracias ocidentais depende decisivamente do desempenho da mídia nos períodos eleitorais. Dessa interação espúria entre eleitos e a imprensa audiovisual nasce uma relação de cumplicidade, tornando ambos parceiros inseparáveis do jogo político.

A opinião pública é um fenômeno social, pelo qual a maioria dos membros de um grupo ou de uma comunidade adota como verdadeira determinada orientação a respeito de qualquer assunto. E o domínio da técnica para formá-la e orientá-la tornou-se, por assim dizer, uma das maiores invenções do século XX, pela sua força de persuasão: a propaganda.

No começo, a liberdade de imprensa era a manifestação da liberdade individual de expressão e opinião. No entendimento liberal clássico, assevera Vital Moreira (O direito de resposta na comunicação social, editora Coimbra, pag. 9/10), a liberdade de criação de jornais

e a competição entre eles asseguravam a verdade e o pluralismo da informação e proporcionavam aos veículos de expressão, por via da imprensa, a todas as correntes de opinião. Mas a seguir, prossegue, se revelou que a imprensa era também um poder social, que podia afetar os direitos dos particulares quanto ao seu bom nome, reputação, imagem *etc.* Por outro lado, a liberdade de imprensa tornou-se cada vez menos uma faculdade individual de todos, passando a ser cada vez mais um poder de poucos.

Hoje em dia, como é notório, os meios de comunicação de massa deixaram de ser a expressão de liberdade e autonomia individual dos cidadãos, antes revelam os interesses comerciais e ideológicos de grandes organizações empresariais, institucionais ou de grupos de interesses. Daí porque o acesso aos veículos de comunicação de massa passou a ser determinante na disputa entre candidatos em qualquer eleição.

Nesse aspecto, a legislação eleitoral favorece demasiadamente os partidos com longa permanência no poder, em detrimento da indispensável renovação dos quadros, tanto no Legislativo, quanto no Executivo.

A lei nº 9.504/97, ao disciplinar a matéria, conferia a cada partido ou coligação que tenham candidato e representação na Câmara dos Deputados, assim distribuído: 1/3 igualmente; 2/3, proporcionalmente ao número de representantes na Câmara dos Deputados, considerado, no caso de coligação, o resultado da soma do número de representantes de todos os partidos que a integram (art. 47, inciso VI, § 2ª, da Lei nº 9.504/97).



Essa fórmula se justificaria, segundo os partidos majoritários, porque o acesso e o tempo de exposição na mídia deve ser proporcional em cada pleito eleitoral ao número de representantes no parlamento, verificado na última eleição. Ora, se assim devesse ser, cada eleição deveria ser um prolongamento da anterior, para justificar essa flagrante e injusta desigualdade. Ao contrário, a cada quatro anos, em cada eleição, todos os candidatos devem partir em rigorosa igualdade de condições a fim de que todos tenham as mesmas oportunidades para exporem os seus programas de governo, exercerem o seu direito de crítica e, por fim, permitirem ao eleitorado exercer o seu direito de escolha.

A recente mudança na legislação eleitoral (Lei nº 12.875/13, que deu nova redação ao art.47, § 2ª, incisos I e II, da Lei nº 9.504/97) ao reduzir o acesso aos palanques eletrônicos em até 67% das denominadas legendas nãnicas, agravou ainda mais esse desequilíbrio. A nova regra determina que apenas 11% do tempo destinado a propaganda eleitoral nos veículos de comunicação será reservado aos partidos nãnicos, em vez dos 33% anteriormente concedidos.

Essas regras, a toda evidencia, afrontam o postulado da igualdade de oportunidades que deve orientar todo regime que se pretenda democrático.

A melhor maneira de se escolher um candidato é facilitar a sua exposição na mídia: quanto maior a sua inépcia ou a sua eficiência, isso vai depender dele próprio.

“Hoje em dia, como é notório, os meios de comunicação de massa deixaram de ser a expressão de liberdade e autonomia individual dos cidadãos, antes revelam os interesses comerciais e ideológicos de grandes organizações empresariais, institucionais ou de grupos de interesses”