

EMENDA N° - CCJ
(ao PLC nº 141, de 2009)

EMENDA ADITIVA

Incluam-se, entre as alterações introduzidas pelo art. 3º do PLC nº 141, de 2009, à Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, as modificações adiante, dando-se nova redação ao *caput* e ao § 5º do art. 46 da citada Lei nº 9.504/97:

“Art. 46. Independentemente da veiculação de propaganda eleitoral gratuita no horário definido nesta Lei, é facultada a transmissão, por emissora de rádio ou televisão, de debates sobre as eleições majoritária ou proporcional, sendo assegurada a participação de 2/3 (dois terços) dos candidatos dos partidos com representação na Câmara dos Deputados, e facultada a dos demais, observado o seguinte”.

.....

§ 5º Para os debates que se realizarem no primeiro turno das eleições, serão consideradas aprovadas as regras que obtiverem a concordância de pelo menos 2/3 (dois terços) dos candidatos com representação na Câmara dos Deputados, no caso de eleição majoritária, e de pelo menos 2/3 (dois terços) dos partidos e coligações com candidatos aptos, no caso de eleição proporcional.”

JUSTIFICAÇÃO

A legislação eleitoral faculta às emissoras de rádio ou de televisão, independentemente da propaganda eleitoral gratuita, oportunizar a transmissão de debates entre os candidatos, mediados por profissionais jornalistas, tanto nas eleições majoritárias quanto proporcionais, embora, naturalmente, o interesse prevalecente do público se volte à pugna entre os postulantes aos mandatos executivos.

Esse instrumento, de nítida produção dos mais importantes órgãos de comunicação social do País, replicando iniciativas que se passam em outros países de estruturas de poder democráticas, consubstancia uma possibilidade real, e até decisiva, de o eleitorado conhecer melhor o perfil, as convicções políticas e as propostas dos principais protagonistas do certame político.

Trata-se, pois, de mecanismo de divulgação dos atores em disputa e das ideias de cada qual, diretamente a todos os cidadãos, sem que a massa de votantes seja conduzida ou influenciada pelo trabalho de *marketing* político. Ali, circunscrito entre adversários e exposto perante toda a nação, vale o acervo pessoal de cada debatedor, não o material publicitário produzido a seu respeito por especialistas da propaganda política.

Pode-se afirmar que cada evento dessa natureza constitui valiosa ocasião de afirmação da transparência e credibilidade dos candidatos, perante o eleitorado, e da proficiência de suas bandeiras, ações, programas ou plataformas de governo. Ao assistir aos debates, cada cidadão terá uma amostra sem disfarces ou retoques da autenticidade das promessas e compromissos proclamados pelos candidatos, sobretudo aqueles que mais mobilizam e atraem a opinião pública.

A realização de debate político afigura-se, assim, uma agenda de interesse público e fruto de trabalho jornalístico, contribuição inestimável à conscientização do eleitor e formação da cidadania.

Ocorre que a lei eleitoral confere a esse notável recurso da comunicação social, o tratamento equivocado, como se fora parte, ou expressão, também de propaganda eleitoral dos contendores. O desvirtuamento conceitual do instrumento levou o legislador a impor aos veículos de mídia a obrigatoriedade de participação de todos os candidatos

dos partidos com representação na Câmara dos Deputados, em disputa do mesmo mandato. Esse critério de participação compromete o formato e a produção do debate, minimiza os temas em discussão e enseja o jogo de cena entre postulantes, fugindo à clareza e objetividade das respostas, ou propiciando uma imagem indistinta das propostas e posições de cada qual.

Em lugar de confrontar aqueles que lideram as disputas, ou que tenham participação significativa nas pesquisas e prévias eleitorais, portanto, em condições de sensibilizar o público e levar este mesmo público a conhecer melhor os candidatos exponenciais, a lei eleitoral desestimula as emissoras de inserir em sua programação o debate político entre candidatos.

Semelhante exigência, se não chega a inviabilizar o evento, torna o confronto de ideias quase um comício de divergências, pulverizando os temas em discussão por numerosas opiniões, pouco distintas umas das outras, o que induz os debatedores a se deixarem tentar pelo estrelismo, e o público, à desatenção e desinteresse.

A construção e aprimoramento do regime democrático impõem que não se desdenhe, nem se perca essa rara oportunidade, que aporta grandes repercussões sobre a sociedade, ao permitir a cada cidadão uma escolha consciente e o exercício responsável do sufrágio.

O que se preconiza, pois, com esta emenda é adotar critério menos rígido para fixação do quantitativo de debatedores, a fim de circunscrever a participação àqueles candidatos com maior apelo eleitoral, em homenagem ao interesse maior da população votante, e não priorizar o interesse pessoal dos candidatos. Ressalte-se: o debate político deve servir à formação da opinião pública e da consciência cidadã. Visa ao eleitorado. Não é meio e momento de marketing individual dos debatedores, nem se coloca a serviço de seus projetos políticos.

Em tal sentido, a presente emenda limita o debate a 2/3 dos candidatos cujas legendas estejam representadas na Câmara dos Deputados (*caput* do art. 46), adotando igual percentual de aprovação para as regras que devam nortear a realização dos debates (§ 5º do art. 46).

Sala da Comissão,

Senador **ANTONIO CARLOS JÚNIOR**