O financiamento democrático das campanhas eleitorais

Por Sérgio Fisher



Sérgio Fisher é advogado ,e vice-presidente da OAB-RJ e Presidente da Comissão de Juizado Especial Civil da OAB-RJ

O sistema político brasileiro tem sido submetido a permanente interferência do poder econômico. Na democracia, deve prevalecer a igualdade. O voto de cada cidadão deve ter valor igual. O sistema politico em que não há igualdade é aristocrático, não democrático. No passado, apenas a elite econômica podia participar da politica, elegendo seus representantes. O chamado "voto censitário" excluía da vida pública amplos setores da sociedade. O processo de democratização levou à abolição do voto censitário, mas ainda não foi capaz de evitar que, por meio de mecanismos formais e informais de influência, a politica seja capturada pelo poder econômico.

O financiamento privado de campanhas eleitorais é o principal instrumento formal para que isso ocorra. No sistema brasileiro atual, tanto empresas quanto pessoas físicas podem fazer doações. Evidentemente, os maiores doadores podem interferir de modo muito mais incisivo no processo de tomada das decisões públicas do que o cidadão comum. Grandes empresas podem fazer com que sua agenda de inte-

resses prevaleça no parlamento. O parlamentar que obteve esse tipo de financiamento tende a se converter em um verdadeiro representante de seus interesses junto ao Legislativo e, muitas vezes, ao próprio Executivo. Isto é inevitável no atual sistema, que, com o financiamento privado de campanhas, legitima a conversão do poder econômico em poder político e, por essa via, em direito vigente, de observância obrigatória para todos.

É certo que a legislação hoje em vigor fixa limites para o financiamento privado das campanhas. Mas esses limites são absolutamente inadequados e insuficientes para evitar as disfunções acima mencionadas.

Pessoas jurídicas podem doar aos candidatos dentro do limite de 2% do seu faturamento no ano anterior ao da eleição, conforme previsto no artigo 81 da Lei n. 9.504/97. Podem doar também para os partidos políticos, os quais podem repassar recursos para seus candidatos, como prevê o artigo 39 da Lei n, 9.096/95.

Pessoas físicas podem doar valores correspondentes a até 10% dos seus rendimentos brutos obtidos no ano anterior, de acordo com o artigo 23, § 1º, I, da Lei n. 9.504/97. Também podem fazer doações "estimáveis em dinheiro", provendo as campanhas de bens móveis ou imóveis. Nesse caso, o valor não deve ultrapassar R$ 50.000,00, conforme determina o artigo 23, § 7º, Lei 9.504/97.

"Grandes empresas podem fazer com que sua agenda de interesses prevaleça no parlamento. O parlamentar que obteve esse tipo de financiamento tende a se converter em um verdadeiro representante de seus interesses junto ao Legislativo e, muitas vezes, ao próprio Executivo"

Como se observa, esses limites permitem que pessoas físicas ou jurídicas com maior renda doem maiores valores. Com isso, ao invés de garantir a igualdade politica, a atual legislação institucionaliza expressamente a desigualdade.

O financiamento público é medida necessária para reduzir a influência do poder econômico e promover maior igualdade política. Com o financiamento público, tal influência ainda existirá, por meio de práticas ilícitas, mas certamente de modo reduzido.

O financiamento público das campanhas eleitorais não é, porém, o único compatível com a Constituição Federal. O financiamento privado também seria compatível, mas apenas se for efetuado por pessoas físicas e dentro de limites nominais, não proporcionais, como hoje se verifica. Seria o chamado "financiamento democrático", o qual congrega financiamento público e modestas doações privadas.

As doações por pessoas jurídicas são totalmente incompatíveis com o principio democrático. Os cidadãos, não as empresas, são titulares de direitos políticos. Apenas eles, por conseguinte, deveriam poder participar do processo politico.

Já as pequenas doações, feitas por cidadãos, não violam o principio democrático. Pelo contrário, se são estabelecidos limites em valores nominais baixos, o financiamento das campanhas passa a depender da efetiva mobilização da cidadania, como ocorreu nas últimas eleições norte-americanas.

Merece aplauso, por essas razões, a ação direta de inconstitucionalidade (ADI) proposta pela OAB, que questiona o financiamento de campanhas por empresas e a limitação proporcional aos rendimentos para as pessoas físicas. Essa ação está pendente de julgamento, aguardando a manifestação do Procurador-Geral da Republica.

Ao recepcionar essa importante iniciativa, a OAB é merecedora de todo o nosso reconhecimento. A Ordem tem sido uma das mais importantes protagonistas do processo de reforma política hoje em curso no Brasil. Recordemos, em especial, sua participação no movimento que levou a aprovação da chamada “Lei da ficha limpa”.

Para que o protagonismo da OAB se torne ainda mais relevante é necessário, porém, que a própria Ordem se democratize. Hoje a eleição do Presidente e da Diretoria do Conselho Federal é feita de modo indireto, pelos conselheiros federais. Estes são eleitos diretamente, em conjunto com suas respectivas chapas nas seccionais.

Se o momento é de crítica, é também de autocrítica. As associações da sociedade civil, como é o caso da OAB, para empunharem a bandeira ainda com maior autoridade, também devem se democratizar. A adoção da eleição direta, entre nós, teria um significado libertador, coerente com o espírito que anima a proposta de financiamento democrático das campanhas eleitorais.

> “As doações por pessoas jurídicas são totalmente incompatíveis com o princípio democrático. Os cidadãos, não as empresas, são titulares de direitos políticos. Apenas eles, por conseguinte, deveriam poder participar do processo político”