

Marqueteiro diz que mudança na regra pode baratear campanhas em até 60%

O especialista em marketing político Antônio Lavareda acredita que os votos em lista fechada e distrital barateariam os custos das campanhas eleitorais para a Câmara em 60% e 30%, respectivamente. Já para Reguffe (PDT-DF), que começa seu primeiro mandato como deputado fe-

ral em 2011, a estratégia mais efetiva é o financiamento exclusivamente público das campanhas, com centralização das empresas fornecedoras.

Várias medidas que alteram o sistema eleitoral brasileiro já foram tema de discussão na Câmara e poderão estar na pauta do Congresso a partir de 2011, caso os parlamentares decidam votar a reforma política.

Num sistema eleitoral com voto em lista fechada, o eleitor deixa de votar em

uma pessoa para votar em um partido. Dessa forma, a depender do resultado da eleição, a legenda terá direito a uma quantidade específica de cadeiras, que serão ocupadas conforme ordem, ou lis-



O deputado federal eleito Reguffe: pró financiamento público

ta, pré-definida pelo partido.

A medida, segundo Lavareda, diminui os custos com campanhas, já que os candidatos passam a ser os próprios partidos. Ele explica: "A tendência é que os partidos pequenos se extingam, já que não poderão mais fazer coligações eleitorais. Restarão apenas cerca de oito grandes partidos, ou seja, oito candidatos. Acaba, dessa maneira, a competição entre candidatos da mesma legenda, que hoje gera muitos gastos".

Divisão - Outra medida defendida pelo doutor em Ciência Política é o voto distrital. Nesse modelo, os esta-

dos são divididos em distritos eleitorais, que elegem, por maioria de votos, os seus representantes. Na prática, cada distrito passa a ter uma eleição majoritária para parlamentar. A medida diminui a abrangência geográfica da campanha.

Reguffe, por sua vez, defende um modelo específico de financiamento público de campanhas eleitorais, em que a Justiça Eleitoral licite diretamente as empresas fornecedoras. A ideia é que a gráfica e a produtora de rádio e TV escolhidas, por exemplo, forneçam para todos os candidatos os mesmo serviços, como programas televisivos, folhinhos, cartazes, cavaletes, etc. "Não adianta um financiamento público que dê dinheiro na mão dos candidatos. Dessa forma, vai ter gente querendo ser candidato só para ganhar dinheiro." (CP)

Minirreforma eleitoral de 2006 tentou diminuir gastos

Em 2006, o Congresso chegou a aprovar uma minirreforma eleitoral (Lei 11.300), que, entre outras medidas, proibiu a realização de showmícios, o uso de outdoors e a distribuição de camisetas e bonés

durante as campanhas, além de limitar os anúncios pagos em jornais.

A intenção era de diminuir os gastos com campanhas eleitorais, mas, segundo o deputado **Chico Alencar (PSol-RJ)**, que apoiou a proposta na

época, a medida foi insuficiente. "Precisamos reavaliar o que foi feito. De lá para cá, novas despesas foram criadas e essa intenção de fazer campanhas mais austeras, mais simples, não foi atingida", avaliou.

Antônio Lavareda concorda: "Todas as medidas previstas na minirreforma eleitoral são paliativas e têm pouca eficácia diante do aumento do aporte de recursos às campanhas eleitorais". (CP)