

**LALO LEAL**

# O uso da TV nas eleições é parte da democracia a ser aprimorada

A disputa dos partidos é a principal evidência da importância da televisão nas eleições. Coalizões, às vezes esdrúxulas, se formam em nome de mais algum tempinho diante das câmeras

por Lalo Leal, para Revista do Brasil | publicado 13/07/2016 15:38

Dois dias antes do plebiscito que definiu a saída do Reino Unido da União Europeia, um debate entre defensores das duas propostas em disputa reuniu 6 mil pessoas na Arena de Wembley, em Londres. A realização foi da BBC, a emissora pública britânica que, além dos debatedores, três de cada lado, incluiu entrevistas com o público e convidados. Nas bancadas estavam, entre outros, o ex e o atual prefeito de Londres, defendendo posições antagônicas.

Nas eleições presidenciais nos Estados Unidos, os debates entre os candidatos são realizados em universidades públicas e transmitidos pela PBS, a rede pública de televisão daquele país. Aqui, em ano eleitoral, algumas emissoras já anunciam a realização de debates entre candidatos a prefeito. Com a diferença, em relação aos exemplos anteriores, de que são empresas comerciais mais preocupadas com audiência e seu respectivo faturamento do que com a prestação de um necessário serviço público, fundamental para o jogo democrático.

Ainda que as regras desses debates sejam aceitas de comum acordo entre os partidos, seu conteúdo está sempre sujeito a distorções editoriais, segundo a linha política adotada pela emissora. Um caso histórico é o debate Lula-Collor, em 1989, quando a direção da Globo determinou que houvesse destaque, na edição para os telejornais,



dos melhores momentos de Collor e dos piores de Lula. Em debates mais recentes, pode-se notar o partidarismo de jornalistas escolhidos para fazer perguntas aos candidatos, induzindo nelas interesses políticos da empresa.

A televisão, apesar da importância da internet, ainda é a principal fonte de informação no país. Faz um trabalho diário buscando consolidar politicamente os seus interesses junto à população. Em períodos eleitorais, a situação torna-se mais aguda, com a proliferação de informações e reportagens destinadas a estimular ou a destruir candidaturas.

A disputa dos partidos por alguns segundos no chamado horário eleitoral obrigatório é a principal evidência da importância da TV nas eleições. Coalizões partidárias, às vezes esdrúxulas do ponto de vista ideológico, se formam para que seus integrantes desfrutem de mais algum tempinho diante das câmeras.

Ainda assim, deve-se considerar a existência desse tipo de programa como um dos avanços da democracia brasileira. O horário eleitoral tornou-se um pequeno oásis democrático, abrindo-se como contraponto à narrativa homogênea das emissoras comerciais. Curioso que esse espaço vem dos tempos da ditadura, quando os partidos artificiais existentes, Arena e MDB, tinham direito de acesso ao rádio e à TV duas vezes por ano.

A redescoberta foi obra do PT, o primeiro partido, na nova configuração partidária, a se valer da lei e a colocar no rádio e na TV propostas e programas de ação. Ao primeiro programa, bastante rudimentar, gravado num ginásio de esportes, com cenas de ringue de boxe, seguiu-se outro produzido gratuitamente por jornalistas de diferentes emissoras.

O sucesso foi total, com excelentes índices de audiência e elogios publicados até na mídia conservadora. Pela primeira vez, usava-se em programas políticos a linguagem específica da televisão, com qualidade técnica e artística a que o telespectador estava acostumado a ver em novelas e telejornais.

Aberta a porta pelo PT, as janelas do rádio e da televisão para transmissão de mensagens político-eleitorais passaram a ser disputadas de forma acirrada pelos demais partidos. A profissionalização chegou ao setor com o surgimento de marqueteiros muito bem remunerados com recursos de origem, quase sempre, não muito clara. Os programas eleitorais da TV tornaram-se fontes de descaminhos éticos que chegam com vigor até hoje, disseminados pelo país.

Mas nem por isso devem ser condenados. Resta aprimorá-los e não reduzi-los, como passa a acontecer neste ano, quando caíram de 45 para 35 dias de exibição. Exigência dos donos das emissoras encampada pela Câmara dos Deputados, na gestão Eduardo Cunha.