

POLÍTICA

ELEIÇÕES

Vereador, esse desconhecido

Dos cargos representativos, o legislador municipal é o mais próximo do cotidiano das pessoas e o eleitor pouco sabe sobre os interesses por trás das candidaturas

► Por Marco Weissheimer

extraclasse@sinprors.org.br

No dia 7 de outubro deste ano, o Brasil volta às urnas para eleger prefeitos e vereadores em mais de 5,5 mil municípios. Além dos mais de 5,5 mil prefeitos e seus respectivos vice-prefeitos, serão eleitos um total de 56.818 vereadores, um aumento de 5.070 (quase 10%) em relação aos 51.748 eleitos há quatro anos. O aumento do número de candidatos se deve ao aumento da população. Com base nos dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), de julho de 2011, 2.153 municípios brasileiros (de um total de 5.563) ficaram autorizados a aumentar o número de vereadores por meio de alteração em suas leis orgânicas. No total, 416.494 pessoas de todos os municípios do Brasil vão concorrer ao cargo de vereador nas eleições de outubro.

Unidade de representação mais próxima da vida cotidiana da população, o cargo de vereador às vezes não recebe a devida importância que merece. Muita gente não sabe quais são exatamente as atribuições dos legisladores municipais e muito menos quem financia suas campanhas e a que interesses estão ligados. Nas médias e grandes cidades, principalmente, o cargo de vereador sofre cada vez mais a pressão de interesses econômicos que dependem das legislações municipais para o desenvolvimento de seus negócios.

O custo de uma campanha para vereador varia dependendo do tamanho da cidade e do colégio



Foto: Igor Sperandio

Porto Alegre é um dos 5,5 mil municípios brasileiros que preencherão suas vagas legislativas em 7 de outubro eleitoral. Em São Paulo, maior cidade do país, a média estimada para a campanha deste ano para o Legislativo municipal é de, aproximadamente, R\$ 500 mil. Nas eleições municipais de 2008, segundo dados do Tribunal Superior Eleitoral, o vereador mais votado da capital paulista, Gabriel Chalita (PSDB), com 102.048 votos, declarou ter gasto R\$ 627 mil na campanha. Houve candidato declarando ter gasto muito mais e obtendo menos votos, como foi o caso de Milton Leite (DEM), que gastou R\$ 1,6 milhão e obteve 80.051 votos.

Já em uma capital do tamanho de Porto Alegre, uma campanha a vereador, que tenha a pretensão de eleger o (a) candidato (a), deverá gastar, em geral, pelo menos R\$ 200 mil, estimam especialistas em marketing eleitoral. Quem já detém uma cadeira na Câmara Municipal larga com uma

grande vantagem, pois já conta com uma estrutura de apoio e relações montada ao longo de quatro anos. A diversificação tecnológica dos meios e formas de comunicação é outro fator que vem interferindo pesadamente nas campanhas. “As campanhas estão ficando mais caras não por motivos negativos, mas sim em decorrência da fragmentação das formas de comunicação. Hoje, a logística de uma campanha tornou-se extremamente fragmentada e diversificada, exigindo dos candidatos, além de ferramentas tradicionais de comunicação, investimentos em novas ferramentas da internet em redes sociais, em telemarketing etc. Com menos de R\$ 200 mil, dificilmente um candidato conseguirá ser eleito”, disse ao *Extra Classe* um experiente marqueteiro das eleições no Rio Grande do Sul, que preferiu não ser identificado.

A título de exemplo, é possível pesquisar no site *As Claras* quais foram os financiadores das eleições municipais de 2008 no Rio Grande do Sul. Cinco dos principais foram os seguintes:

Gerdau: R\$ 5.355.250,00. Foram R\$ 4.795.875,00 para 113 candidatos a prefeito (52 se elegeram), e R\$ 559.375,00 para 27 candidatos a vereadores (16 eleitos).

Multiplan Empreendimentos Imobiliários: R\$ 1.800.000,00. Foram R\$ 1.530.000,00 para 12 candidatos a prefeito (5 eleitos), e R\$ 270.000,00 para 14 candidatos a vereador (9 eleitos).

Companhia Zaffari: R\$ 553.000,00
Braskem: R\$ 549.000,00
Zamproga Importação, Indústria e Comércio: R\$ 465.000,00

Obras polêmicas e bancadas de interesses

Mas acompanhar o trabalho nas Câmaras de Vereadores após as eleições é tão ou mais importante que fiscalizar as contas dos candidatos. Afinal, definições estratégicas para o cotidiano da população são votadas no Parlamento, como as regras para construções de prédios, de empreendimentos imobiliários e de outra natureza, proteção do meio ambiente e qualidade de vida da população. Nas capitais brasileiras que abrigarão jogos da *Copa do Mundo* em 2014, como é o caso de Porto Alegre, os interesses dos setores imobiliário e de telecomunicações pressionarão vereadores e prefeitos.

Na capital gaúcha, várias alterações urbanísticas importantes já foram aprovadas na Câmara de Vereadores, como o aumento de índices de construção e da permissividade no zoneamento de uso, dos projetos dos Eucaliptos, Beira Rio, Arena do Grêmio e do Cais Mauá, dentre outros. No final de 2011, o vereador Reginaldo Pujol (DEM) protocolou um projeto de lei complementar que propõe a elevação dos índices construtivos do plano diretor numa faixa de 120 metros da linha do metrô e da Terceira Perimetral e suas áreas contíguas.

Segundo o economista Paulo Muzell, integrante do Centro de Assessoria e Estudos

Urbanos (Cidade), o projeto prevê a possibilidade de uso do solo criado e de transferência de potencial construtivo até o limite 3,0 (índice de aproveitamento máximo), permitindo a aquisição de forma direta, sem licitação. “É óbvio que grandes empreendimentos como a Terceira Perimetral e o projeto de uma linha de metrô, que alteram a estrutura e a dinâmica da cidade, devem merecer estudos e medidas de ajustes que impliquem necessárias alterações do plano diretor da cidade. O que não se justifica é que alterações sejam propostas sem os necessários estudos e avaliações urbanísticas”, avalia.

Outro projeto polêmico é o que flexibiliza a legislação que regulamenta a instalação de antenas de celular na cidade. Em março, a Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (Fiergs) solicitou que a Câmara de Vereadores altere a legislação que trata desse tema. Segundo a entidade, é preciso atualizar a lei para permitir a instalação de mais equipamentos para atender à demanda da *Copa do Mundo* de 2014. A ideia é flexibilizar a legislação para permitir a instalação de novas antenas em topos de prédios e em postes de energia elétrica. Os adversários dessas propostas, como costuma acontecer, já estão sendo taxados de retrógrados e inimigos do progresso.

Acompanhando as contas dos candidatos

Com o aumento do custo das campanhas, a questão do financiamento dos candidatos adquire maior importância ainda. Nas eleições deste ano, haverá uma importante novidade neste sentido. Pela primeira vez, a Justiça Eleitoral disponibilizará aos eleitores a lista com a identificação dos doadores e fornecedores contratados durante o curso da campanha eleitoral. Por determinação da presidente do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), ministra Cármen Lúcia Antunes Rocha, e, em cumprimento à Lei de Acesso à Informação, os dados apresentados pelos candidatos e partidos nas prestações de contas parciais de suas campanhas podem ser acessados no site do Tribunal (www.tse.jus.br), no Repositório de Dados Eleitorais.

Até a última eleição geral, ocorrida em 2010, os eleitores só tinham acesso à lista de doadores e fornecedores após a realização do pleito, quando da entrega da presta-

ção de contas final dos candidatos. No dia 6 de agosto, o TSE divulgou a primeira parcial dos valores recebidos e gastos pelos candidatos. A segunda prestação de contas parcial está marcada para o dia 2 de setembro.

Os eleitores e eleitoras contam ainda com outros instrumentos para conhecer melhor quem postula uma reeleição nas Câmaras de Vereadores. O portal da organização não governamental Transparência Brasil disponibiliza, na página www.excelencias.org.br, um serviço de acompanhamento do desempenho e das contas dos parlamentares municipais de todo o país. O projeto *As Claras* (www.asclaras.org.br), por sua vez, analisa o financiamento das campanhas eleitorais, disponibilizando informações sobre o volume e a origem dos recursos arrecadados, seja individualmente para cada candidato e cada doador, seja comparando-se valores médios de arrecadação por estado, partido ou tipo de cargo.

PÓS-GRADUAÇÃO **senac** Este sobrenome faz toda a diferença.



Início em 15/9:

- Docência para a Educação Profissional • Educação Ambiental
- Educação a Distância • Educação Inclusiva • Gestão Escolar

ÚLTIMAS VAGAS

Conheça outros cursos de especialização a distância em www.senacrs.com.br/ead

Senac Educação a Distância - EAD

Av. Alberto Bins, 665 - 4º andar
Fone: (51) 3284.1990

MATRÍCULAS ABERTAS

facebook.com/senacrsocial

@senacrs

