

JUSTIFICATIVA

A cidade é uma extensão da casa do cidadão - é onde ele trabalha, passeia, encontra outras pessoas, se alimenta, faz negócios etc. Essa já seria uma razão forte o suficiente para que cuidássemos da cidade da mesma maneira que cuidamos da nossa casa.

Imagine, por exemplo, cartazes de propaganda política colados na geladeira, na cômoda do quarto, no armário, faixas penduradas na entrada do banheiro, da garagem. Por analogia, é isso o que acontece na cidade, nos postes, viadutos e outros lugares públicos.

Há vários exemplos, em outros países, de iniciativas de limpar a cidade e torná-la mais bonita que ajudaram a diminuir substancialmente os atos de vandalismo contra o patrimônio público e mesmo os índices de violência e criminalidade. O próprio metrô de São Paulo é um exemplo de respeito conquistado a partir dos cuidados constantes com sua limpeza.

No Brasil essa preocupação está contemplada em legislação, afinal existe vedação expressa na Lei Federal 9.504/97 (Art. 37) quanto à fixação de propaganda eleitoral em postes de iluminação pública, viadutos, passarelas e pontes, que ostentem qualquer sinalização de trânsito. A norma futura ampliaria os espaços de abrangência da relevante restrição federal. Outra determinação da legislação federal de extrema relevância para essa discussão é a restrição do Art. 243 do Código Eleitoral (Lei nº 4.737/65)¹ em seu inciso VIII, do qual se conclui pela permissividade de norma municipal restritiva cuja finalidade seja a preservação da estética urbana e da higiene pública, ambas gravemente afetadas em períodos eleitorais, seja pelo excesso de cartazes e faixas sobrepostos descontroladamente, seja pela possibilidade acúmulo das mesmas em bueiros e córregos causando entupimentos e dificultando o escoamento das águas das chuvas.

A observação das características da propaganda eleitoral nos últimos pleitos deixa claro o aumento na quantidade de materiais utilizados pelos candidatos e partidos políticos, por razões diversas. O excesso de material publicitário nas eleições provoca outra consequência vastamente noticiada pelos meios de comunicação, que é a grande disputa entre os candidatos pela colocação de suas faixas e placas nos postes de iluminação, passarelas, viadutos e pontes de maior visibilidade e fluxo de pessoas, sendo comuns casos de ameaças (e até mesmo casos de morte) na manutenção e disputa por "pontos" privilegiados.

Importante ressaltar ainda que em determinadas vias públicas expressas ou de grande movimento de veículos, torna-se elevada a probabilidade da ocorrência de acidentes de trânsito com a colocação indiscriminada e abusiva de publicidade eleitoral.

Por tudo isso, a cada pleito torna-se mais presente o repúdio pelo excesso de sujeira e pelos riscos causados, tendo sido, inclusive, pauta de diversas matérias jornalísticas durante o período do pleito municipal de 2004.

Vale lembrar que durante as últimas eleições municipais, o Tribunal Regional Eleitoral do Rio de Janeiro, selando memorável acordo entre todos os partidos políticos concorrentes no pleito municipal da capital daquele Estado, baixou a portaria 01/CFPE/2004 que proibiu a utilização de qualquer tipo de propaganda eleitoral nos postes de iluminação pública, nos viadutos, nas passarelas e nas pontes do Município do Rio de Janeiro, mesmo que não ostentassem sinalização de trânsito ou servissem de suporte para tal. São José dos Campos adotou, igualmente, a medida e também teve como resultado eleições mais limpas e igualmente democráticas.

Em que pese a importantíssima ressalva de que em matéria de propaganda eleitoral vige o princípio geral da liberdade de propaganda, há espaços em mídias diversas, como outdoors, rádio, televisão, jornais, revistas e Internet, para que se transmitam as mensagens e propostas. Não é, realmente, preciso enfatizar a propaganda política ao custo de tornar a paisagem urbana uma imensa colagem de cartazes, até porque, em muitos casos, o efeito é contrário e provoca uma rejeição popular aos nomes e rostos nos cartazes e faixas inconvenientes (vide o troféu Porcolino, que, nos anos 80, era dado ao candidato que mais tivesse sujado a cidade com sua campanha).

No contexto em que a propaganda tornou-se, por força do mercado e do conceito de marketing, um valor em si mesma, ainda que muito discutível, afirmam-se nas razões deste Projeto de Lei princípios que extrapolam a preservação estética do espaço urbano e fundamentam-se, sobretudo, no anseio da sociedade paulistana pelo respeito ao princípio da igualdade e na prevalência do interesse público sobre o interesse privado dos concorrentes dos pleitos municipais.

Pode-se alegar que a proibição desse tipo de propaganda acentua as diferenças econômicas entre os candidatos, privilegiando aqueles que têm condições de arcar com mídias mais caras para seus anúncios. No entanto, é fato que os candidatos que podem dispor de mais recursos financeiros já se encontram em situação privilegiada por recorrerem maciçamente às faixas e cartazes em postes, pontes e viadutos, ocupando de forma desproporcional o espaço urbano. Embora, apenas a Reforma Política, em tramitação no Congresso Nacional, poderia reduzir a desigualdade de condições entre os candidatos e o custo excessivo das campanhas eleitorais, ainda que não seja essa a ambição deste Projeto de Lei, por sua limitada abrangência municipal.