AS ALTERAÇÕES DA PROPAGANDA POLÍTICA NA NOVA LEGISLAÇÃO ELEITORAL E SEUS REFLEXOS NO PRINCÍPIO ISONOMIA PARTIDÁRIA

Thiago Barros da Silva Ribeiro [1]
Davidson Oliveira Damasceno [2]
Harrison Alexandre Targino[3]

[1]Graduando do Curso de Direito da Universidade Estadual da Paraíba, t.barros.ribeiro@gmail.com;
[2]Graduando do Curso de Direito do Universidade Estadual da Paraíba, davidsondamasceno.jus@gmail.com;
[3]Professor orientador: mestre, Universidade Estadual da Paraíba, harrisontargino@uol.com.br
Campina Grande – Abril de 2018

RESUMO: O presente artigo visa analisar, de forma crítica, as inovações legislativas advindas da resolução nº 23.551 do Tribunal Superior Eleitoral, à serem aplicadas ao pleito eleitoral de 2018 no que se refere ao horário de propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão. A discussão gira em torno da compatibilidade das referentes mudanças com o princípio constitucional da isonomia e suas aplicações no processo político.
PALAVRAS-CHAVE: Eleições, isonomia, constituição, propaganda, legislação.

ABSTRACT: This article aims to critically analyze the legislative innovations arising from the Supreme Electoral Tribunal resolution number 23,551, to be applied to the 2018 election, in regards the free advertising of political parties on radio and television. The discussion is centered in the compatibility of those legislative changes with the constitutional principle of isonomy and its applications in the political process.
KEYWORDS: Elections, isonomy, constitution, advertising, law.

1 INTRODUÇÃO

A televisão e o rádio tem sido vistos, tradicionalmente, como uma forma de transmissão de ideais, onde a propaganda tem sido tida como um meio de alcançar um relevante percentual a população de forma simples e objetiva. Enquanto nos últimos anos, a propaganda nesses meios tem sido levada ao ostracismo por conta de novas formas de propagação de produtos – tais como a internet e as mídias sociais. A legislação brasileira tem se preocupado em trazer alterações pertinentes à disposição do tempo de propaganda eleitoral gratuita nos meios de comunicação citados.

Na resolução nº 23.551, do Tribunal Superior Eleitoral, publicada em dezembro de 2017, com vistas no pleito eleitoral do ano subsequente, a propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão foi reduzida para dois blocos, dispondo de dez minutos cada, a serem distribuídos proporcionalmente entre os partidos políticos pleiteando a eleição em questão.

O presente artigo tem o objetivo abrangente de traçar uma análise crítica sobre essa inovação legislativa, especialmente empregada no âmbito da propaganda política. Especificamente, será questionada a compatibilidade entre as mudanças trazidas de caráter limitativo da nova legislação eleitoral no que diz respeito ao tempo de propaganda política gratuita no rádio e televisão, e do consagrado princípio constitucional da isonomia, desta feita aplicada aos partidos políticos, além das consequências das alterações em futuros pleitos eleitorais.

Entretanto, para a construção de tal discussão, serão trazidos à pauta diversos outros temas relevantes para o aprofundamento das questões tratadas, de forma a contribuir com o engrandecimento do debate. Serão abordados fragmentos doutrinários e diplomas legais que versam sobre participação política, delimitações constitucionais sobre o rito democrático e estipulações eleitorais, e principalmente os aspectos gerais e basilares da democracia participativa, aplicados ao tema em discussão.

De forma geral, a compreensão norteadora do artigo se pauta no estudo do fenômeno propagandístico referente ao pleito eleitoral, e as consequências de sua limitação para o rito democrático e a expressividade dos direitos políticos dos cidadãos brasileiros.

Se a democracia é o parâmetro de limitação das entidades legislativas, é de se compreender, através de simples lida dedutiva, que a organização igualitária da divulgação

dos ideais políticos deveria ser um evidente alvo da legislação eleitoral brasileira, prescindindo dúvidas sobre essa preposição.

Desse modo, com vistas em observar a compatibilidade da nova legislação e os princípios democráticos de isonomia partidária, constrói-se a discussão pautada na força da propaganda como catalisadora democrática, suas limitações necessárias e seus caracteres de liberdade tão caros aos nossos símbolos constitucionais.

2 QUESTÕES GERAIS SOBRE O PRINCÍPIO DA ISONOMIA PARTIDÁRIA

Para a discussão pertinente do que vem a ser o princípio da isonomia aplicado ao Direito eleitoral, faz-se mister a compreensão do que vêm a ser um princípio no campo do direito. Nas palavras de José Afonso da Silva:

> "(...) Os princípios são ordenações que se irradiam e imantam os sistemas de normas, são [como observam Gomes Canotilho e Vital Moreira] "núcleos de condensações' nos quais confluem valores e bens constitucionais". Mas, como disseram os mesmos autores, "os princípios, que começam por ser a base de normas jurídicas, podem estar positivamente incorporados, transformando-se em normas-princípio e constituindo preceitos básicos da organização constitucional. (...)" (SILVA, 2005, p.92)

A partir do exposto, depreende-se que princípios são linhas norteadoras das normas jurídicas, que tangem o ordenamento jurídico e o validam para seu pleno exercício em manutenção de direitos. Dessa forma, no âmbito eleitoral, os princípios constitucionais dão o norte para a aplicação de suas normas, visando sempre a validação do pleito democrático.

No artigo 5º do documento constitucional de 1988, encontra-se exposto o princípio que focalizaremos durante todo o decorrer dessa discussão, como pano de fundo para as mais diversas conjecturas sobe sua aplicabilidade. Afirma o texto:

> Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade [...]: (BRASIL, 1988)

No trecho em questão, é amplamente visualizável a construção de uma noção, ainda que basilar, de isonomia. Afirma o insigne Celso Ribeiro Bastos, ao tratar sobre o artigo transposto e o seu princípio subsequente:

> "(...)O princípio da igualdade mantém conexão com a generalidade que outrora, com mais rigor do que hoje, se exigia da lei. Esta haveria de ser igual para todos. E em função desta igualdade é que resultava a garantia fornecida pela lei. Tratando de igual forma todos que estivessem em idêntica situação, a lei prevenia o cidadão contra o arbítrio e a discriminação infundada. O atual artigo isonômico teve trasladada a sua topografia. Deixou de ser um direito individual tratado tecnicamente como os demais. Passou a encabeçar a lista destes direitos, que foram transformados em parágrafos do artigo igualizador. Esta transformação é prenhe de significação. Com efeito, reconheceu-se à igualdade o papel que ela cumpre na ordem jurídica. Na verdade, a sua função é de um verdadeiro princípio a informar e a

> condicionar todo o restante do direito. E como se tivesse dito: assegura-se o direito de liberdade de expressão do pensamento, respeitada a igualdade de todos perante este direito. Portanto, a igualdade não assegura nenhuma situação jurídica específica, mas na verdade garante o indivíduo contra toda má utilização que possa ser feita da ordem jurídica. A igualdade é, portanto, o mais vasto dos princípios constitucionais, não se vendo recanto onde ela não seja impositiva. (...)" (BASTOS, 1998. p 154)

Destarte, ao analisarmos o princípio constitucional da igualdade, é preciso estabelecer a noção que sua eficácia se manifesta em dois planos distintos: De uma parte, frente ao legislador ou ao próprio Poder Executivo, na edição, respectivamente, de leis, atos normativos e medidas provisórias, impedindo que possam criar tratamentos abusivamente diferenciados a pessoas que se encontram em situação idêntica. Em outro plano, na obrigatoriedade ao intérprete, basicamente, a autoridade pública, de aplicar a lei e atos normativos de maneira igualitária, sem estabelecimento de diferenciações em razão de sexo, religião, convicções filosóficas ou políticas, raça e classe social. (MORAES, 2002, p. 65).

Desse modo, aliando o dito pelos egrégios doutrinadores citados, temos o princípio supracitado como abrangente para todas as áreas subsequentes em hierarquia ao ditame constitucional. Abarcando a naturalização do que vem a ser o tratamento indistinto - ainda que com ressalvas – nas partes em possíveis litígios judiciais, ou quaisquer outras situações que abarquem a dogmática jurídica. Seguindo tal linha de raciocínio, o Direito eleitoral não se exime dessa conformidade com os ditames tão profícuos da Carta constitucional, e não pode fugir de uma linha interpretativa de princípios como o da isonomia.

Partindo, portanto, para a seara mais específica do pleito eleitoral e todo trâmite jurídico que o envolve, uma aplicação incontestável da igualdade em vias práticas trata-se da paridade, entre os candidatos, na persecução de cargos públicos em ritos democráticos como o que define a legislação brasileira. Logo, situações desbalanceadas entre entes partidários – dos quais emanam os representantes políticos, uma vez que a candidatura avulsa não faz-se permitida no ordenamento jurídico brasileiro – seja no âmbito financeiro, político ou concursal não poderia ser visualizado como existente em um Estado de Direito.

Compreende-se, então, a ânsia legislativa por estabelecer ditames legais que designem, de forma imperativa, as limitações para diversos aspectos do processo eleitoral, tais como financiamento de campanha, utilização de cargos públicos para obter vantagens quantitativas, fraudes da mais diversas, e como observa-se com olhar atento nessa

discussão, a propaganda eleitoral. Traz-se portanto, ao centro do debate, a intenção legislador em equiparar a capacidade dos mais diversos agentes políticos ao palanque de vez e voz, tendo livre comparação entre seus dissidentes para atingir todos os quais venham a exercer cidadania em um país.

Ao se estabelecer que a democracia brasileira é regida por princípios, entre eles o princípio da igualdade, torna-se imperioso o respeito ao ditame legal da consagrada carta constitucional ao pleito eleitoral, que justamente representa o ápice da soberania popular do sistema brasileiro.

Há, ainda, quem possa afirmar que a própria Constituição Brasileira faz distinção, dentre aqueles que possuem capacidade eleitoral, como prevê o artigo 14 do documento legal:

> Art. 14. A soberania popular será exercida pelo sufrágio universal e pelo voto direto e secreto, com valor igual para todos, e, nos termos da lei, mediante:
> I - plebiscito;
> II - referendo;
> III - iniciativa popular
> § 1º O alistamento eleitoral e o voto são:
> I - obrigatórios para os maiores de dezoito anos;
> II - facultativos para:
> a) os analfabetos
> b) os maiores de setenta anos;
> c) os maiores de dezesseis e menores de dezoito anos.
> § 2º Não podem alistar-se como eleitores os estrangeiros e, durante o período do serviço militar obrigatório, os conscritos.
> § 3º São condições de elegibilidade, na forma da lei:
> I - a nacionalidade brasileira
> II - o pleno exercício dos direitos políticos;
> III - o alistamento eleitoral
> IV - o domicílio eleitoral na circunscrição;
> V - a filiação partidária;
> VI - a idade mínima de:
> a) trinta e cinco anos para Presidente e Vice-Presidente da República e Senador;
> b) trinta anos para Governador e Vice-Governador de Estado e do Distrito Federal;
> c) vinte e um anos para Deputado Federal, Deputado Estadual ou Distrital, Prefeito, Vice-Prefeito e juiz de paz;
> d) dezoito anos para Vereador.
> § 4º São inelegíveis os inalistáveis e os analfabetos. (BRASIL, 1988)

Uma análise atenta ao dispositivo transcrito permite a visualização que o documento legal impõe uma série de restrições ao cidadão que perquira ser eleito à cargo público, entretanto, tais características a serem aferidas não violam o princípio da isonomia entre os candidatos, mas sim, traçam requisitos legais que uma vez aferidos, nada

interferem na presunção de igualdade de oportunidades entre os partidos e seus respectivos representantes.

A partir do exposto, temos a conclusão, ainda translúcida, que o princípio da isonomia e da igualdade entre os partidos e mais especificamente entre os candidatos tem seu fulcro firmado no documento constitucional, uma vez que o mesmo garante que a indistinção injustificada no império da lei brasileira não irá prosperar, por ferir um estrato tão basilar do documento que ampara todo o ordenamento jurídico pátrio.

Todavia, em certos aspectos do pleito eleitoral, vemos maculado tal ditame, em especial àquele, que já fora pincelado durante a explanação, que diz respeito à utilização da propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão. Sobre a disparidade entre a legislação eleitoral vigente no Brasil e o princípio constitucional, resume bem o mestre José Jairo Gomes:

> "O princípio em tela adquire especial relevo nos domínios do Direito Eleitoral, já que rege diversas situações. Basta lembrar que os concorrentes a cargos político eletivos devem contar com as mesmas oportunidades, ressalvadas as situações previstas em lei – que têm em vista o resguardo de outros valores – e as naturais desigualdades que entre eles se verificam. à guisa de exemplo, no campo da propaganda eleitoral, todos os interessados, inclusive partidos e coligações, devem ter iguais oportunidades para veiculação de seus programas, pensamentos e propostas. A igualdade, aí, é formal, não material, já que os maiores partidos detêm mais espaço na mídia. A desigual distribuição de tempo, aqui, atende ao interesse de se fortalecer os partidos, o que termina por conferir maior estabilidade aos governos." (GOMES, 2016. p, 114)

A problemática trazida por Gomes retoma ao centro do que se discute, uma vez que evidenciada a importância do princípio da isonomia para o direito eleitoral brasileiro, este encontra-se prejudicado pelo rito propagandístico político brasileiro, como será explorado logo em seguida.

3 A PROPAGANDA POLÍTICA NO BRASIL E SEUS REFLEXOS

A propaganda eleitoral, segundo definição do próprio Tribunal Superior Eleitoral é a propaganda em que partidos políticos e candidatos divulgam, por meio de mensagens dirigidas aos eleitores, suas candidaturas e propostas políticas, a fim de se mostrarem os mais aptos a assumir os cargos eletivos que disputam, conquistando, assim, o voto dos eleitores (ASCOM,2017). Esta propaganda tem a finalidade de interferir nas decisões tomadas pela organização política institucionalizada, atinge todo o território brasileiro, encontra-se absolutamente regulamentada por legislação específica e é veiculada de forma

gratuita no rádio e na televisão, tendo seu funcionamento alterado pela resolução nº 23.551, publicada em 2017 e, portanto, válida para o pleito eleitoral do ano de 2018.

As inovações trazidas pela lei no que diz respeito à propaganda no rádio e na televisão se dirigem ao tempo de veiculação dos anúncios nos meios em questão, como prediz a legislação:

> Art. 42. A propaganda eleitoral no rádio e na televisão se restringirá ao horário gratuito definido nesta resolução, vedada a veiculação de propaganda paga, respondendo o candidato, o partido político e a coligação pelo seu conteúdo
>
> Art. 43. Nos 35 (trinta e cinco) dias anteriores à antevéspera do primeiro turno, as emissoras de rádio e de televisão indicadas no § 1º do art. 42 devem veicular a propaganda eleitoral gratuita, em rede, da seguinte forma, observado o horário de Brasília (Lei nº 9.504/1997, art. 47, caput, § 1º, incisos I e II):
>
> I - na eleição para Presidente da República, às terças e quintas-feiras e aos sábados:
>
> a) das 7h (sete horas) às 7h12m30 (sete horas e doze minutos e trinta segundos) e das 12h (doze horas) às 12h12m30 (doze horas e doze minutos e trinta segundos), no rádio;
>
> b) das 13h (treze horas) às 13h12m30 (treze horas e doze minutos e trinta segundos) e das 20h30 (vinte horas e trinta minutos) às 20h42m30 (vinte horas e quarenta e dois minutos e trinta segundos), na televisão.
>
> II - nas eleições para Deputado Federal, às terças e quintas-feiras e aos sábados:
>
> a) das 7h12m30 (sete horas e doze minutos e trinta segundos) às 7h25 (sete horas e vinte e cinco minutos) e das 12h12m30 (doze horas e doze minutos e trinta segundos) às 12h25 (doze horas e vinte e cinco minutos), no rádio;
>
> b) das 13h12m30 (treze horas e doze minutos e trinta segundos) às 13h25 (treze horas e vinte e cinco minutos) e das 20h42m30 (vinte horas e quarenta e dois minutos e trinta segundos) às 20h55 (vinte horas e cinquenta e cinco minutos), na televisão.
>
> Art. 44. No mesmo período do art. 43, quando a renovação do Senado se der por 1/3 (um terço), a veiculação da propaganda eleitoral gratuita em rede ocorre da seguinte forma, observado o horário de Brasília (Lei nº 9.504/1997, art. 47, caput, § 1º, incisos III, IV e V):
>
> I - nas eleições para Senador, às segundas, quartas e sextas-feiras:
>
> a) das 7h (sete horas) às 7h05 (sete horas e cinco minutos) e das 12h (doze horas) às 12h05 (doze horas e cinco minutos), no rádio;
>
> b) das 13h (treze horas) às 13h05 (treze horas e cinco minutos) e das 20h30 (vinte horas e trinta minutos) às 20h35 (vinte horas e trinta e cinco minutos), na televisão.
>
> II - nas eleições para Deputado Estadual e Deputado Distrital, às segundas, quartas e sextas-feiras:
>
> a) das 7h05 (sete horas e cinco minutos) às 7h15 (sete horas e quinze minutos) e das 12h05 (doze horas e cinco minutos) às 12h15 (doze horas e quinze minutos), no rádio;
>
> b) das 13h05 (treze horas e cinco minutos) às 13h15 (treze horas e quinze minutos) e das 20h37 (vinte horas e trinta e sete minutos) às 20h45 (vinte horas e quarenta e cinco minutos), na televisão.
>
> III - na eleição para Governador de Estado e do Distrito Federal, às segundas, quartas e sextas-feiras:
>
> a) das 7h15 (sete horas e quinze minutos) às 7h25 (sete horas e vinte e cinco minutos) e das 12h15 (doze horas e quinze minutos) às 12h25 (doze horas e vinte e cinco minutos), no rádio;

b) das 13h15 (treze horas e quinze minutos) às 13h25 (treze horas e vinte e cinco minutos) e das 20h45 (vinte horas e quarenta e cinco minutos) às 20h55 (vinte horas e cinquenta e cinco minutos), na televisão.

Art. 45. No mesmo período do art. 43, quando a renovação do Senado se der por 2/3 (dois terços), a veiculação da propaganda eleitoral gratuita em rede ocorre da seguinte forma, observado o horário de Brasília (Lei nº 9.504/1997, art. 47, caput, § 1º, incisos III, IV e V):

I - nas eleições para Senador, às segundas, quartas e sextas-feiras:

a) das 7h (sete horas) às 7h07 (sete horas e sete minutos) e das 12h (doze horas) às 12h07 (doze horas e sete minutos), no rádio;

b) das 13h (treze horas) às 13h07 (treze horas e sete minutos) e das 20h30 (vinte horas e trinta minutos) às 20h37 (vinte horas e trinta e sete minutos), na televisão.

II - nas eleições para Deputado Estadual e Deputado Distrital, às segundas, quartas e sextas-feiras:

a) das 7h07 (sete horas e sete minutos) às 7h16 (sete horas e dezesseis minutos) e das 12h07 (doze horas e sete minutos) às 12h16 (doze horas e dezesseis minutos), no rádio;

b) das 13h07 (treze horas e sete minutos) às 13h16 (treze horas e dezesseis minutos) e das 20h37 (vinte horas e trinta e sete minutos) às 20h46 (vinte horas e quarenta e seis minutos), na televisão.

III - na eleição para Governador de Estado e do Distrito Federal, às segundas, quartas e sextas-feiras:

a) das 7h16 (sete horas e dezesseis minutos) às 7h25 (sete horas e vinte e cinco minutos) e das 12h16 (doze horas e dezesseis minutos) às 12h25 (doze horas e vinte e cinco minutos), no rádio;

b) das 13h16 (treze horas e dezesseis minutos) às 13h25 (treze horas e vinte e cinco minutos) e das 20h46 (vinte horas e quarenta e seis minutos) às 20h55 (vinte horas e cinquenta e cinco minutos), na televisão.

(...) Art. 48. Os órgãos da Justiça Eleitoral distribuirão os horários reservados à propaganda de cada eleição entre os partidos políticos e as coligações que tenham candidato, observados os seguintes critérios, tanto para distribuição em rede quanto para inserções (Lei nº 9.504/1997, art. 47, § 2º e art. 51):

I - 90% (noventa por cento) distribuídos proporcionalmente ao número de representantes na Câmara dos Deputados, considerando, no caso de coligações para as eleições:

a) majoritárias, o resultado da soma do número de representantes dos seis maiores partidos políticos que a integrem;

b) proporcionais, o resultado da soma do número de representantes de todos os partidos políticos que a integrem.

II - 10% (dez por cento) distribuídos igualitariamente. (BRASIL, 2017)

Como transcrito, a resolução reduziu significativamente o tempo destinado à transmissão da propaganda eleitoral nos meios de rádio e televisão, mantendo, entretanto, a proporcionalidade para repartição desse, já reduzido, período de propaganda. Como prevê a legislação em fragmentos, o tempo de propaganda dirigido aos cargos de presidente, deputado federal e senador foi fixado como 12 minutos e 30 segundos – outrora 20 minutos, na pretérita eleição – e para 10 minutos, nos casos de deputado estadual e

governador. Ocorre que, apesar dessa notável diminuição, a proporção de distribuição entre os partidos segue o mesmo rito das eleições anteriores: 10% do tempo distribuído igualitariamente entre as chapas, e 90% do horário distribuído tendo em vista a quantidade de membros do referido partido no parlamento (câmara dos deputados), eleitos num pleito anterior.

Se a eleição destinar-se à um segundo turno – evidentemente nos casos de governador e presidente de república, a igualdade conduz em vias a divisão, uma vez que compreende-se que os candidatos que cheguem à esse palanque tem expressividade igualitária, e por isso, recebem tempo exatamente isonômico de campanha, 50% para cada chapa.

Ora, percebe-se então, que o ditame legal pouco aproxima-se da expectativa de isonomia mencionada no documento constitucional. Uma vez que favorece aqueles partidos políticos que já estão com uma certa representatividade palpável na câmara dos deputados, enquanto os demais, tornam-se desbalanceados com ínfimos minutos de propagação política. A tabela a seguir foi elaborada na campanha eleitoral de 2016, na disputa pela prefeitura de São Paulo, evidenciando a desproporção:

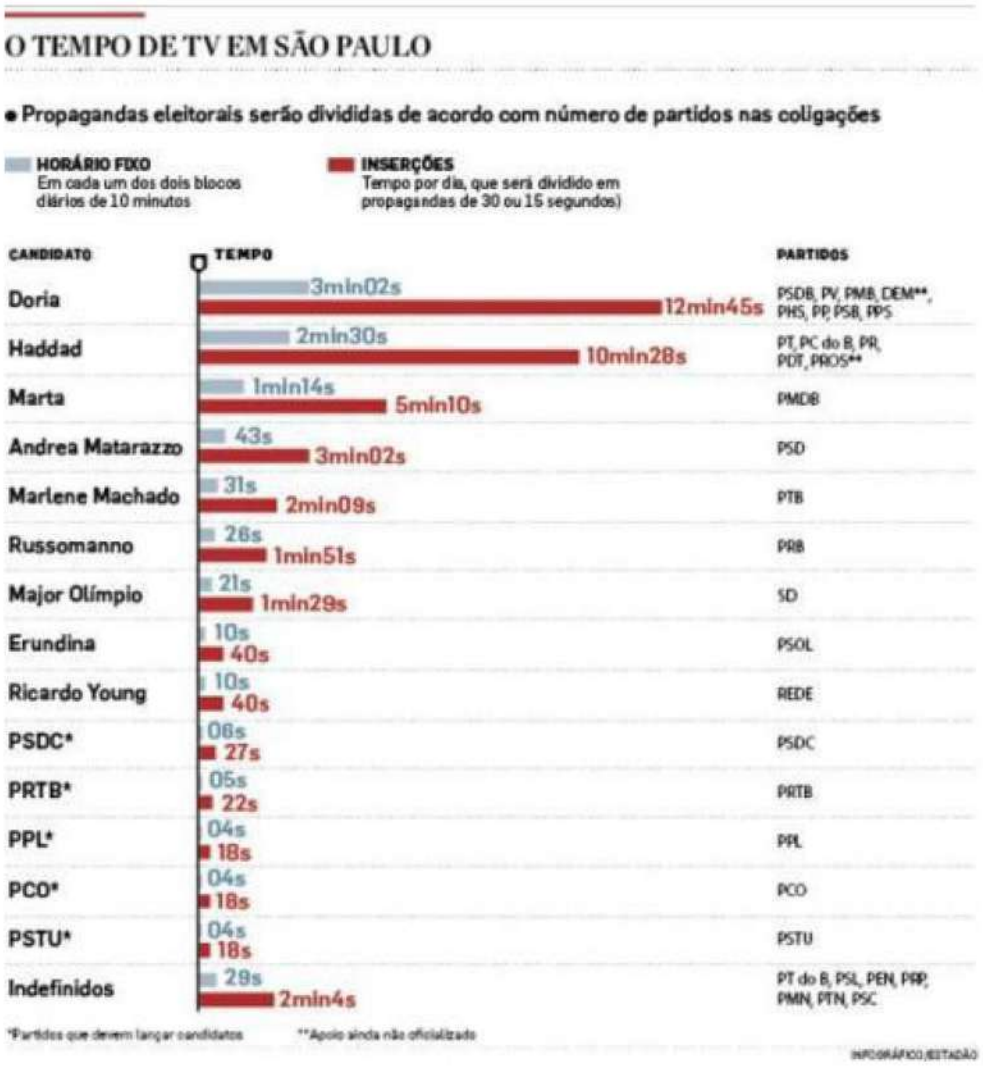

Figura 1 – Infográfico condizente com a distribuição do tempo de propaganda gratuita no pleito eleitoral de 2016

Fonte: Estadão.

Com fulcro no gráfico acima, é perceptível que os partidos que já ocupam lugar expoente na conjuntura brasileira são aqueles que constituem maior tempo na propaganda eleitoral divulgada nas televisões brasileiras.

Com essa constatação, somos levados a perceber que a utilização de maior tempo para divulgação de ideais favorece, em grande escala, a manutenção dos tais grupos majoritários no poder, uma vez que os meios de comunicação em questão atingem uma massiva parte do eleitorado brasileiro, que consome o transmitido diariamente.

Em cenários críticos como o enfrentado pela política brasileira, em que pesquisas como a promovida pelo Instituto Locomotiva indicam que 95% dos entrevistados encontra-se insatisfeita com a classe governante atual, e 78% afirma não ter intenção de voto naqueles que exercem mandato atualmente. Estabelecendo uma crise palpável no caractere representativo da democracia brasileira.

Segundo o filósofo político Norberto Bobbio em seu ensaio "O Futuro da Democracia", a representatividade faz-se necessária na medida em que a Democracia Direta, na qual o povo decide sem intermediários os rumos que a sua comunidade deve tomar, torna-se estruturalmente e factualmente insustentável. Para ele, a solução deste imbróglio seria a adoção de um sistema eletivo, como visto atualmente no Brasil, que possibilitasse a representação dos interesses da maioria nas esferas de poder. Partindo desse pressuposto, a criação de mecanismos que fomentem a maior participação e representação da sociedade civil nas decisões políticas não é apenas um mero artifício de manutenção dos intuitos democráticos, mas é uma área essencial de todo sustento do sistema de garantias e direitos.

Nesse sentido, a norma legal não pode ser instrumento de determinados grupos políticos majoritários no intuito de fomentar a sua manutenção perpétua nos cargos públicos. Dessa forma, é correto afirmar a propaganda política na televisão e rádio tem sido usada como forma de sobressair interesses de grupos políticos já dominantes da estrutura política brasileira, que usam o meio para atingir de forma efetiva, uma grande parcela da população eleitora. Inibindo o surgimento de novos partidos políticos, que dispõe de uma cada vez menor parcela de tempo nos meios supracitados.

No que pode ser consonante que o princípio constitucional da isonomia e da igualdade, é possível traçar um comparativo com a legislação eleitoral portuguesa, elencada no art. 40, §3º, da Constituição de Portugal, combinado com o art. 63.º da Lei Eleitoral para a Assembléia da República, que tendem à distribuição equitativa do tempo entre os vários candidatos. Impele-se por isso a utilização de critérios mais isonomicos de distribuição, vedando formas como a empregada na legislação brasileira, como, por exemplo, o número de votos obtidos por determinada agremiação partidária no pretérito pleito. Uma vez que se torna indubitável que não se preconiza a repartição, em frações absolutamente iguais, de tempo para cada partido. A partilha há de atender a requisitos objetivos, relacionados ao número de circunscrições onde sejam lançadas candidaturas e ao

número de postulantes inscritos em cada uma delas. Esse critério mais se aproxima da igualdade substancial, em detrimento da igualdade unicamente formal privilegiada pela representatividade aferida em eleição passada.

Buscar novos critérios, no âmbito doutrinário e também no direito comparado mostra-se uma forma efetiva de aferir mudanças substânciais em uma situação tão desbanlanceada e incondizente com os princípios constitucionais brasileiros, efetivando-os de forma palpável no trâmite eleitoral brasileiro.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da análise dos trechos citados, além da explanação dos conceitos trazidos com fulcro na doutrina majoritária, é possível traçar a problemática a cerca do papel do princípio da isonomia – amparado pelo documento constitucional - nas dinâmicas partidárias e nos trâmites eleitorais. Enquanto a renovação política é ansiada por expressiva parte da população brasileira, uma maior participação e representatividade são essenciais para a manunteção e legitimidade dos institutos democráticos brasileiros, a ordenança legislativa segue na contramão, fomentando a manunteção de grupos majoritários nos meios de rádio e televisão, pormenorizando a assenção política de novos grupos que tragam novas perspectivas para a administração dos recursos públicos da pátria brasileira.

O resultado da pesquisa evoca uma necessidade pungente na legislação brasileira: a adequação aos ditames da sociedade civil. De forma que a estagnação proporcionada por diplomas legais ultrapassados prejudica a legitimiação, por parte da população, dos processos inerentes ao rito democratico, justamente por não se sentir representada pelos entes da administração eleitos nos pleitos eleitorais.

É de impeto urgente, portanto, a criação de novos dispotivos que voltem seus olhares para uma política mais isonomica, com fulcro na igualdade de oportunidades entre os candidatos a determinado cargo de dispersar seus ideais e propostas para a construção de um país mais justo e eficiente, com alvo na sociedade civil. Nesse sentido, a mudança deve ser gradativa, substituindo-se ditames que outrora aceitos, agora tornam-se prejudiciais aos institutos constitucionais e democráticos brasileiros.

REFERÊNCIAS

SILVA, José Afonso. **Curso de Direito Constitucional Positivo.** 9ª ed. São Paulo: Malheiros Editores, 1976.

BASTOS, Celso Ribeiro. **Curso de Direito Constitucional.** 22ªed. São Paulo: Malheiros Editores, 1984.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

BONAVIDES, Paulo**. Curso de direito constitucional.** 25ª ed. at. São Paulo: Malheiros Editores, 2010.

GOMES, José Jairo**. Direito Eleitoral.** 13ª ed. São Paulo: DEL REY SP, 2008.

BOBBIO, Norberto. **O futuro da democracia (uma defesa das regras do jogo).** 3ª ed. Trad. Marco Aurélio Nogueira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

RIBEIRO, Fávila**. Direito Eleitoral.** 2 ed. São Paulo: Forense, 1986.

AYALA, Bernardo Diniz. **O direito de antena eleitoral.** In: MIRANDA, Jorge. Perspectivas constitucionais nos 20 anos da Constituição de 1976. Coimbra: Coimbra Editora, 1996.