

NOTÍCIAS DE LENÇÓIS

A SERVIÇO DA POPULAÇÃO LENÇOENSE

www.noticiasdelencois.com.br

LENÇÓIS PAULISTA, SEXTA-FEIRA, 26 DE ABRIL DE 2013

CADERNO ESPECIAL

O PREÇO DO VOTO

Para ser eleita, Bel gastou R\$ 12,04 por cada um dos seus 27.336 votos. Foram gastos quase 330 mil reais na campanha. Em Pederneiras a candidatura que teve o maior recurso foi derrotada pelo candidato que menos gastou por voto conquistado.



Ney Góes é Antropólogo e Sociólogo, graduado e mestre pela Unesp de Araraquara, docente nos cursos de graduação e pós-graduação na Facol - Faculdade Origens Lessa de Lençóis

Se o voto do eleitor não tem preço, para conquistá-lo não bastam palavras bonitas, é preciso colocar a mão no bolso. Nas eleições do ano passado, o dia 6 de novembro foi o prazo final para que os candidatos que disputaram as eleições a prefeito e a vereadores, prestassem contas do valores gastos em suas campanhas, bem como a origem dos recursos utilizados. O Jornal Notícias de Lençóis encomendou

ao Sociólogo e Antropólogo Ney Góes um estudo sobre o preço gasto por cada voto conquistado pelos candidatos em Lençóis Paulista e em algumas cidades da região.

O estudo foi realizado com base nos dados disponibilizados pelo TSE através do site (www.tse.gov.br), onde é possível acessar as contas de campanhas de todos os candidatos que disputaram as últimas eleições. De acordo com estes dados, que

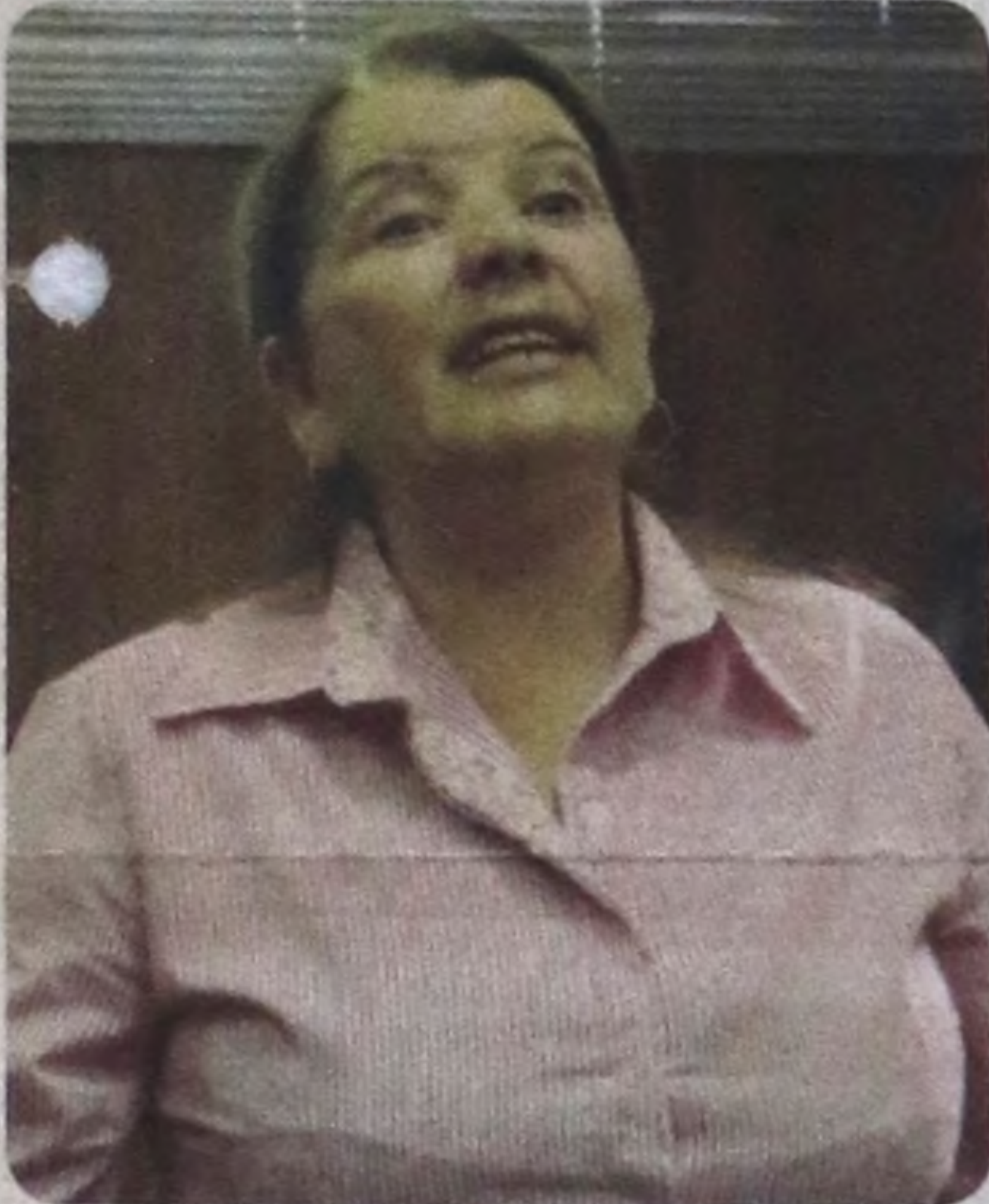
são públicos, é possível verificar quanto custa ser eleito e o preço de cada voto.

Uma campanha vitoriosa à prefeitura de Lençóis Paulista não fica barato. No total, a prefeita Isabel Cristina Campanari Lorenzetti, a Bel Lorenzetti (PSDB) gastou R\$ 329.190,46 em sua campanha à reeleição. Dividido pelo número de eleitores que deram a ela seus votos (27.336), o custo de cada voto é de R\$ 12,04.

Em 2012, Bel gastou por cada voto pouco mais da metade do valor gasto em 2008, quando disputou a prefeitura com Ailton Laurindo, o Tipó (PV). Em sua primeira disputa, cada voto obtido pela prefeita teve um custo de R\$ 21,38. O total gasto na campanha de 2008 pela candidata eleita foi de R\$ 436.859,80 e a votação obtida por ela foi de 20.433 votos.

Vale Lembrar que a campanha de 2008 foi bem

mais disputada que a de 2012. O candidato derrotado Tipó, investiu bem mais que os candidatos derrotados na última eleição. Apesar de ter investido alto, Tipó investiu em 2008 um terço do total gasto pela prefeita eleita, o total investido por ele foi de R\$ 136.753, 01, obtendo um total de 13.052 votos. À época cada voto obtido por Tipó custou R\$ 10,47, metade do valor que custou cada voto da prefeita eleita Bel Lorenzetti.



Apesar da disputa eleitoral ano passado não ter sido acirrada, a candidata Bel Lorenzetti não poupou recursos para garantir sua reeleição. A disparidade entre os recursos utilizados por ela e os dos outros

três candidatos foi astronômica. A segunda colocada, Cleusa Spirandelli (PTB) gastou R\$ 12.820,00 em sua campanha e obteve 2.573 votos, portanto, cada voto de Cleusa teve um custo de R\$ 4,98.

Os dados sobre os gastos do candidato Professor Edson (PSOL) não estão acessíveis no site do TSE, mas segundo o próprio candidato o gasto total da campanha foi por volta de R\$

10.000,00. A votação obtida pelo professor Edson foi de 2.496 votos o que gera um custo de R\$ 4,01 por voto obtido.

Já o candidato Marcão Piauí (PC do B), gastou segundo os dados dis-

ponibilizados pelo TSE, R\$ 2.525,00 e obteve 378 votos, o custo de cada um dos seus votos foi de R\$ 7,21.

O gasto total dos três candidatos derrotados foi de R\$ 25.545,00. Os

três candidatos derrotados juntos, gastaram 7,76% do total gasto na campanha da prefeita reeleita Isabel Cristina Lorenzetti.

Confira os dados no gráfico abaixo:

CUSTO DAS CAMPANHAS ELEITORAIS EM 2012 CANDIDATOS À PREFEITURA - EM REAIS

R\$ 329.190,46



Bel Lorenzetti
PSDB

R\$ 12.820,00



Cleusa Spirandelli
PTB

R\$ 10.000,00



Edson Fernandes
PSOL

R\$ 2.725,00



Marcão Piauí
PC do B

No gráfico a seguir, confira o custo unitário de cada voto obtido pelos candidatos que disputaram a prefeitura em Lençóis Paulista em 2012:

CUSTO UNITÁRIO DOS VOTOS OBTIDOS POR CADA CANDIDATO EM LENÇÓIS PAULISTA



Custo da campanha dos vereadores em Lençóis

Se eleito vereador, em alguns casos, também pode requerer um alto investimento. No comparativo realizado entre os gas-

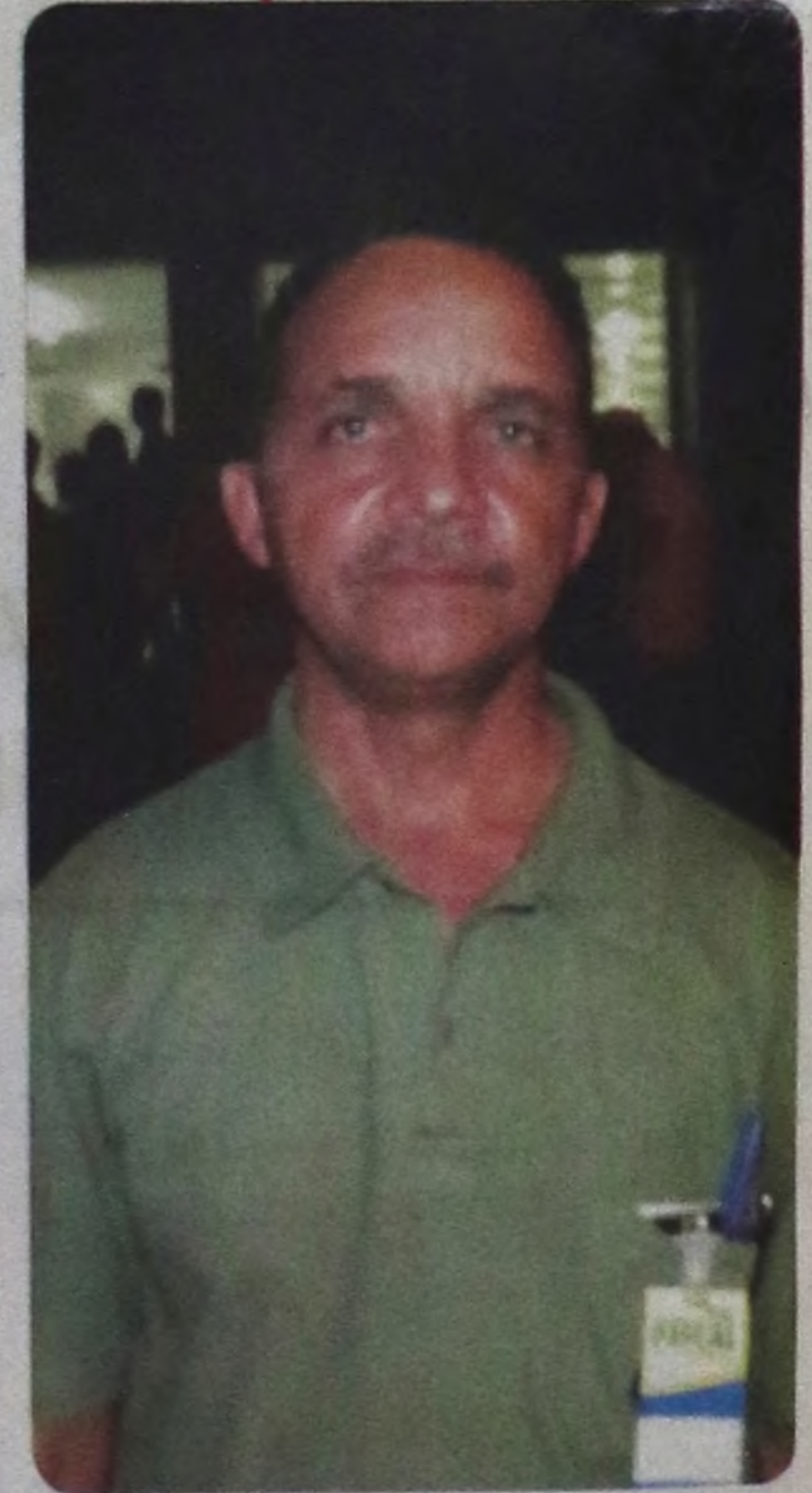
tos de campanha dos dez vereadores eleitos, os votos que tiveram os custos mais altos foram os do vereador **Manezinho do Eco** (PSDB).

Manezinho gastou R\$ 31.009,11 e obteve um total de 1081 votos, ou seja, cada voto custou R\$ 28,69. O segundo voto mais caro foi de

Dodô também do PSDB. Com um gasto total de R\$ 17.734,88, Dodô obteve 674 votos a um custo unitário de R\$ 26,31. Já os

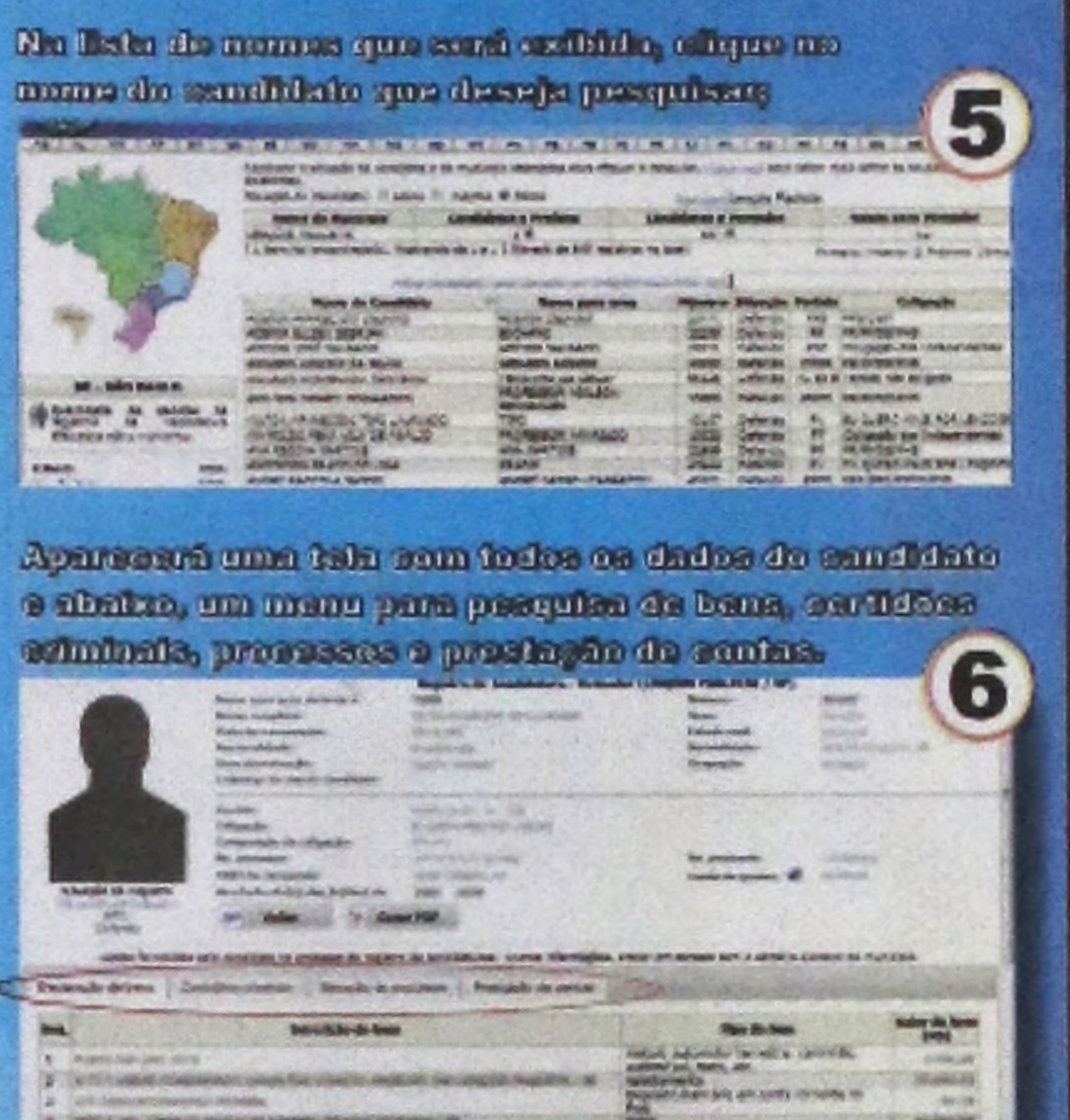
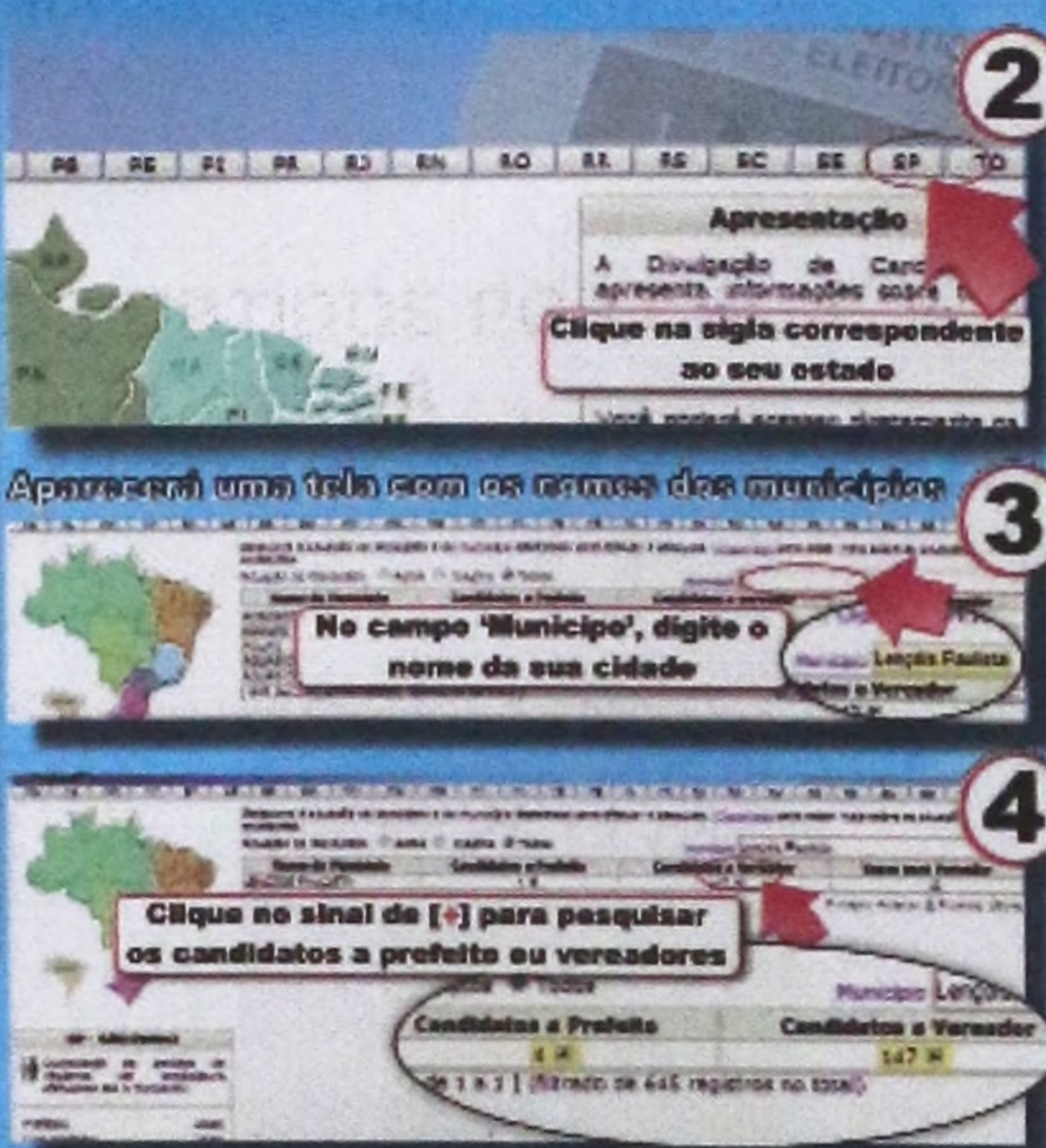
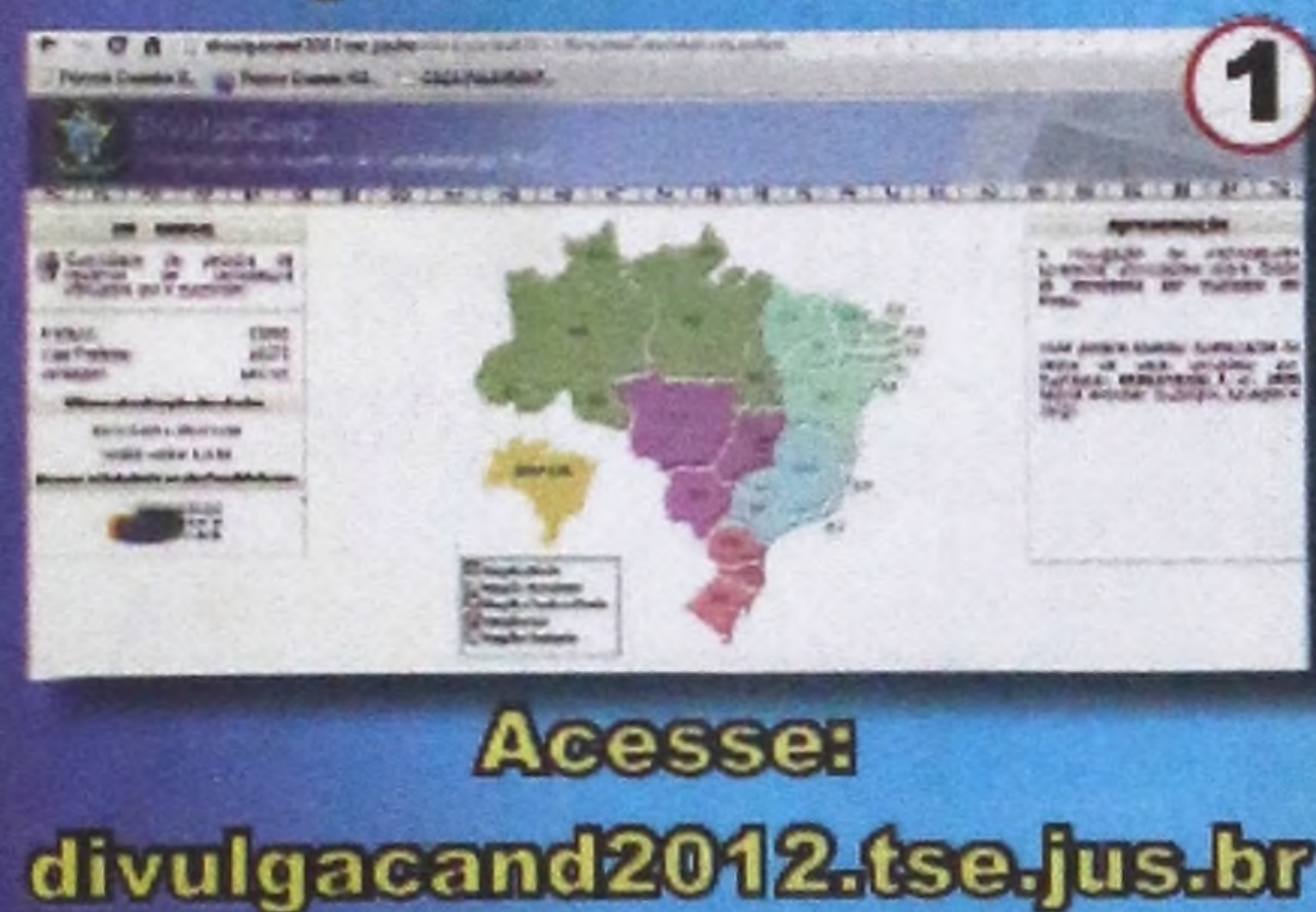
votos mais baratos ficaram para o **Coroné Bentine** (PR) e **Chico Naves** (PSDB). Bentine gastou R\$ 3,83 por cada um dos seus 878 votos e **Chico Naves**, que obteve 905

votos, teve uma despesa R\$ 3,96 por cada voto. Veja a na tabela quanto cada candidato investiu e o custo de cada voto dos eleitos.



Candidatos	Valor gasto	Votos recebidos	Custo de cada voto
AILTON LAURINDO (TIPÓ) - PV	R\$ 24.058,87	1826	R\$ 13,18
ANDRÉ SASSO (CAGARETTI) - PSDB	R\$ 13.349,70	1360	R\$ 9,82
EMERSOM CONEGLIAN - PSDB	R\$ 18.593,40	1269	R\$ 14,65
NARDELI DA SILVA - PSC	R\$ 15.725,69	1199	R\$ 13,12
MANEZINHO DO ECO - PSDB	R\$ 31.009,11	1081	R\$ 28,69
DR. PITTA - PR	R\$ 10.860,00	1012	R\$ 10,73
CHICO NAVES - PSDB	R\$ 3.581,35	905	R\$ 3,96
CORONÉ BENTINHO - PR	R\$ 3.360,00	878	R\$ 3,83
JONAS - PSC	R\$ 14.325,28	729	R\$ 19,65
DODÔ - PSDB	R\$ 17.734,88	674	R\$ 26,31
ANDERSON PRADO DE LIMA - PV	R\$ 13.825,09	613	R\$ 22,55
JUNIOR TICIANELLI - DEM	R\$ 4.360,00	602	R\$ 7,24

Veja a prestação de contas de seu candidato pela internet!



Acesse:
divulgacand2012.tse.jus.br

Custo das campanhas a prefeitos na região

Macatuba

Na cidade de Macatuba o preço do voto é equivalente ao custo em

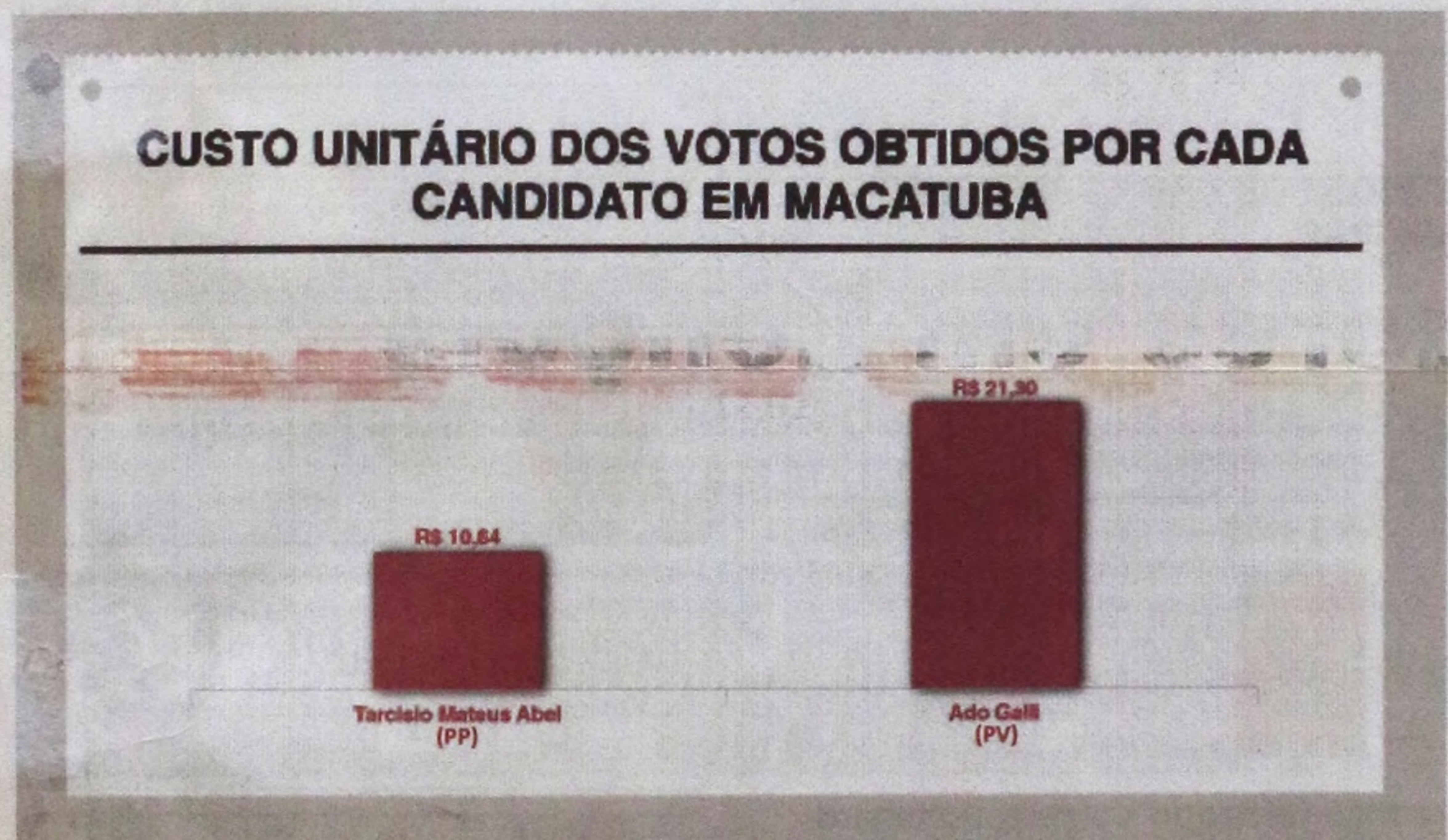
Lençóis Paulista. Para ser eleito prefeito de Macatuba, Tarcisio Mateus Abel, do PP,

gastou R\$ 84.781,94 e obteve um total de 7.962 votos. Cada voto obtido custou

R\$ 10,65. Já o candidato derrotado Ado Galli do PV, teve um custo bem maior por

cada um dos votos obtidos. Galli gastou em sua campanha R\$ 53.900,00 e sua vota-

ção foi de 2.530 votos, ou seja, o valor gasto por cada voto foi de R\$ 21,30.



Borebi

O candidato derrotado á prefeitura de Borebi, José Luiz Ramos (PT) teve

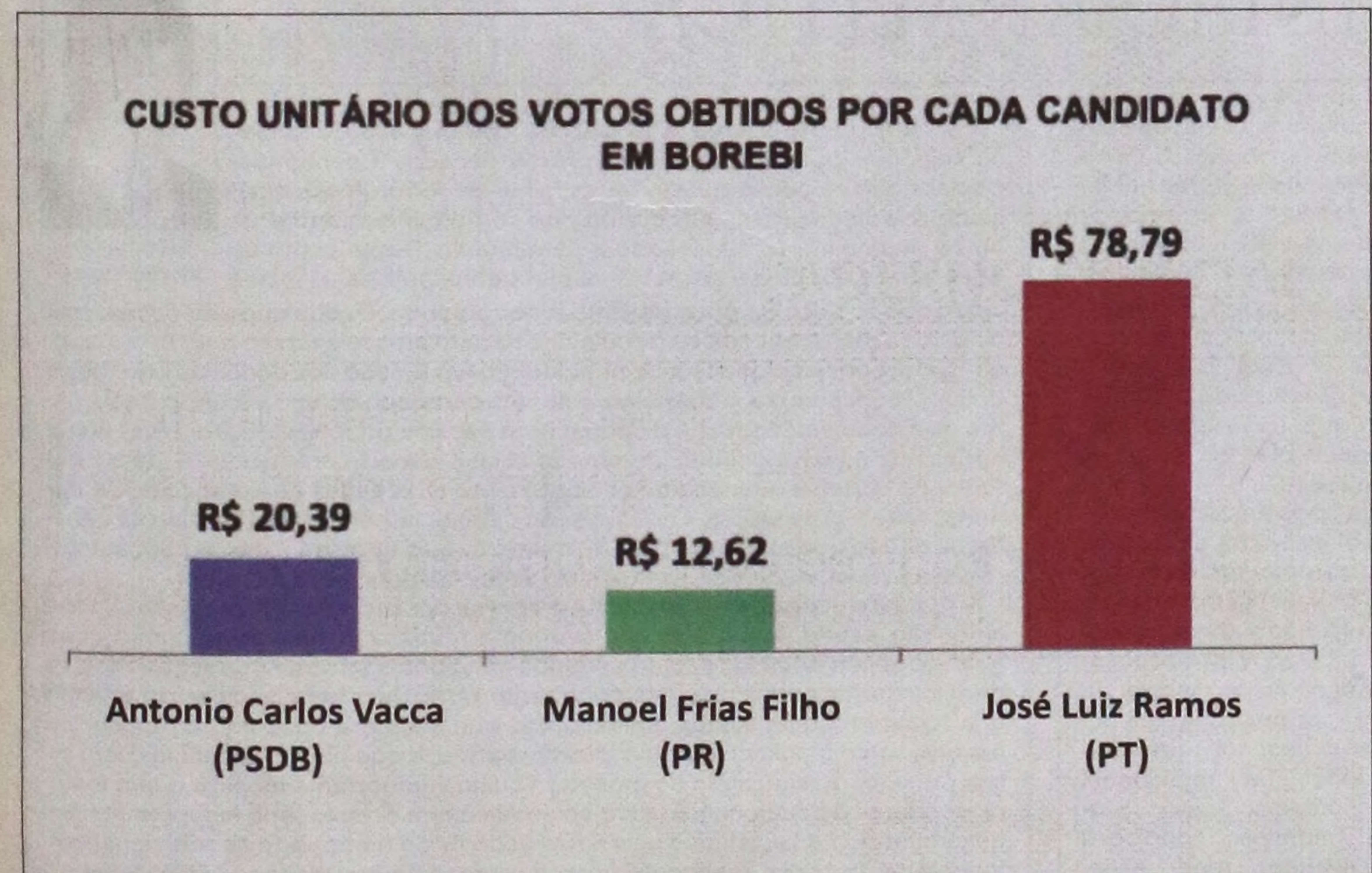
1.575,88 na campanha, na região, o maior custo por voto obtido. Com um gasto total de R\$

78,79. Já o candidato eleito, Mano-

el Frias Filho (PR) gastou R\$ 12,62 por cada voto. O total gasto na campanha por Frias foi

de R\$ 11.320,00 para um total de 897 votos. O ex-

-prefeito Antonio Carlos Vacca (PSDB), derrotado por apenas 46 votos, gastou R\$ 17.350,00 na campanha, a um custo de R\$ 20,39 por voto.



Agudos

Em Agudos a eleição deste ano foi atípica. Everton Octaviani (PMDB) concorreu sozinho ao

cargo de prefeito e foi eleito com 19.260 votos. Apesar de não ter concorrentes, Everton Octaviani inves-

tiu R\$ 123.982,00 em sua campanha solitária. Cada voto obtido por Everton custou R\$ 6,44. Um custo baixo se

comparado às demais cidades da região, mas considerando que não tinha adversários foi um gasto expressivo.

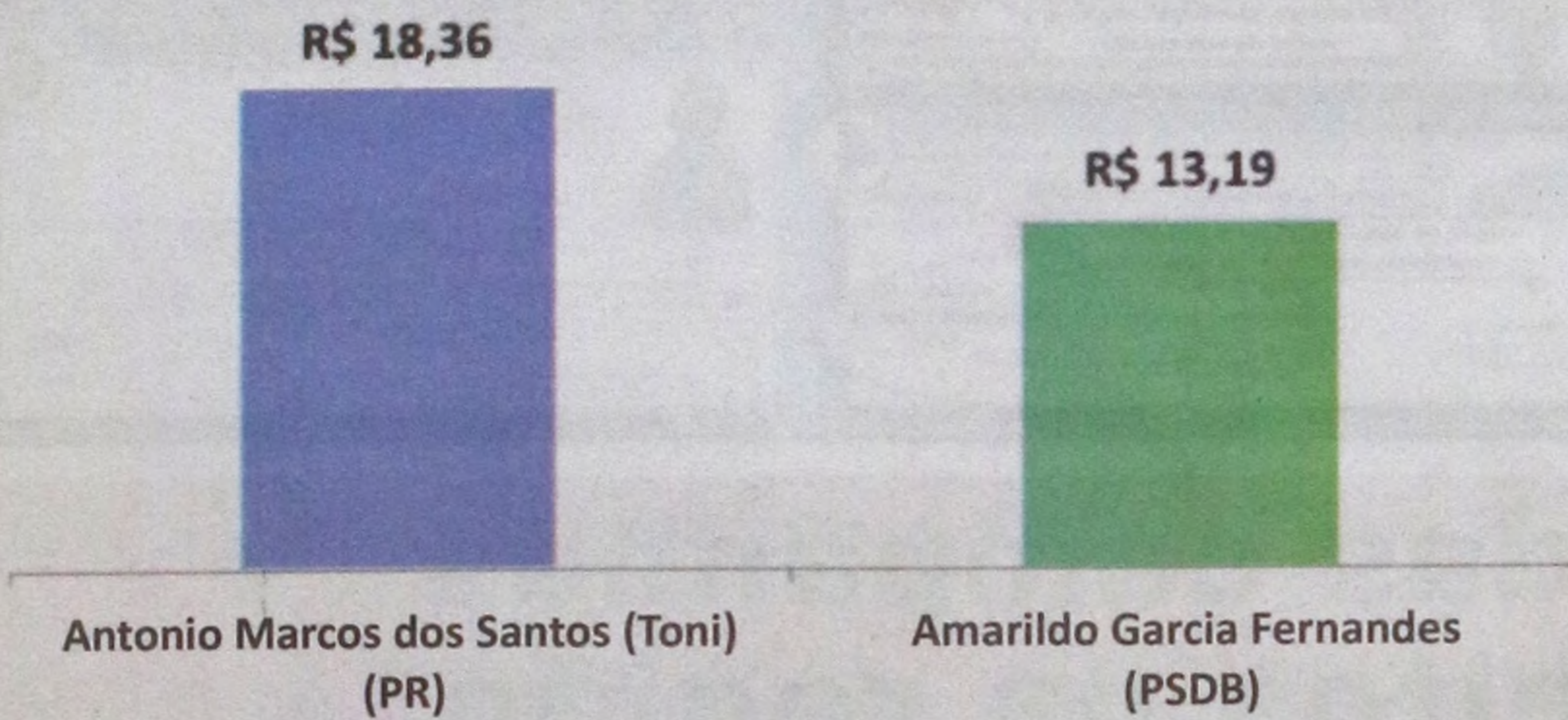


Areiópolis

Em Areiópolis, Amarildo Garcia Fernandes (PSDB) foi eleito prefeito com 3.559 votos. A campanha vitoriosa de Amarildo custou R\$ 46.947,68. Cada voto conquistado por Amarildo teve um

custo de R\$ 13,19. Já o candidato derrotado Antonio Marcos dos Santos (PR), o Toni, gastou um pouco mais. Foram R\$ 61.887,26 gastos para obter 3.370 votos. Cada voto custou para Toni R\$ 18,36.

CUSTO UNITÁRIO DOS VOTOS OBTIDOS POR CADA CANDIDATO EM AREIÓPOLIS



Antonio Santos



Amarildo Garcia



Pederneiras

Das cidades analisadas na região, Pederneiras teve a campanha mais cara, o candidato José Eduardo Cury Salemi, o Zé da Purina (PSDB) prestou contas de gastos no valor de R\$ 349.720,87 e obteve a segunda posição na cidade. O Zé da Purina obteve 8.794 votos a um custo de R\$ 39,71 por voto obtido. O eleito na cidade, no entanto, foi o candidato do PSB, Daniel Pe-

reira de Camargo, cuja campanha teve um gasto total de R\$ 60.793,70. Daniel foi eleito prefeito com 11.952 votos. Cada um dos votos obtidos por Daniel custou R\$ 5,08, o menor valor por

voto gasto entre todos os candidatos eleitos na região. O terceiro colocado nas eleições em Pederneiras, o Valdecir Domingos Grana (DEM) gastou em sua campanha R\$ 43.146,57 ob-

tendo 2.115 votos, cada voto custou a ele R\$ 20,40. Rodrigo Fernando Paiva (PT), foi o último colocado em Pederneiras com 1.101 votos. Com um gasto total de R\$ 21.018,00 cada um dos seus votos custou R\$ 19,09. Em Pederneiras a campanha com mais recursos na região foi derrotada por aquela que menos gastou por voto conquistado. Confira no gráfico a seguir:

CUSTO UNITÁRIO DOS VOTOS OBTIDOS POR CADA CANDIDATO EM PEDERNEIRAS



Daniel Pereira



José Eduardo Curi



Rodrigo Fernando Paiva



Valdecir Domingos



OPINIÃO ANALÍTICA



Alcimara Luciane Maziero Mondillo

Uma sociedade mais educada, culta e esclarecida tem condições de escolher melhor seus representantes. A partir do momento que o Estado investir corretamente na formação de suas crianças, formando cidadãos conscientes de seus direitos, mas principalmente de seus deveres e da importância do voto limpo, certamente teremos representantes melhores.

O cidadão bem formado e atento à política não se seduz facilmente por caras campanhas eleitorais. Ele tem condições de realizar um juízo crítico sobre o candidato, suas ações passadas e suas promessas.

Enquanto não atingimos esse ideal, no que se refere aos gastos de campanha, sem dúvida ainda são muito relevantes nos resultados obtidos nas urnas. Isso não é bom, pois deve vencer aquele que for mais capaz, aquele que melhor representar o cidadão, seus anseios e desejos.

Para modificar essa situação, já existe tramitando no Congresso Nacional um projeto de reforma política que tem como principal inovação a proposta de adoção do financiamento público exclusivo para as campanhas eleitorais.

Se, de um lado, possa parecer ofensivo ao contribuinte, que teria parte da arrecadação de seus impostos utilizada em campanhas eleitorais ao invés de vê-los investidos em necessidades básicas como educação e saúde, por outro lado, nos parece que os cidadãos só teriam a ganhar. Isso porque o financiamento particular de campanhas eleitorais acaba criando algumas relações um pouco suspeitas, não raro eivadas de interesses outros que não o bem estar da população.

Com o financiamento exclusivamente público, as partes duelariam com paridade de armas, em perfeitas condições de igualdade, o que levaria a um processo eleitoral mais justo.

É chegada a hora, portanto, de aprovação da reforma política em nosso país, de maneira a garantir o efetivo e justo exercício da democracia pelo povo.

Em primeiro lugar a função da comunicação é social, ou seja, tem o compromisso em prestar serviços à comunidade para que se possa decidir ou escolher de forma mais consciente. Nesse sentido o jornalismo tem como meta informar de forma ética e imparcial visando a democracia. Desse ponto de vista revelar quanto se gasta numa campanha política se insere totalmente dentro da ótica descrita anteriormente. Dados que são oficiais, mas de difícil acesso à maioria da população, tomam ares relevantes por chegar ao cidadão que pode ampliar seu conhecimento em função dos dados apresentados.

Teoricamente o financiamento das campanhas ainda é um grande dilema que provoca debates e disputas nem sempre de fácil solução. Entre outros temas que envolve o financiamento público é o mais controverso. A ideia é que todos os partidos e candidatos disputem em igualdades de condições. De momento isso é uma utopia. Entretanto, se o financiamento fosse público os candidatos teriam que prestar contas de maneira mais rigorosa e ganhariam autonomia para atuar, depois de eleitos, sem dever "favores" para ninguém.

Claro que seria muito difícil evitar relações promíscuas, mas isso já acontece hoje e tudo leva a crer que sem uma reforma política tanto com ou sem financiamento público os interesses dos candidatos se atrelam a segmentos poderosos da sociedade que, posteriormente, terão mais benefícios com a atuação dos representantes eleitos. Salientamos que essa é a base da corrupção que envolve tanto o político como a iniciativa privada que obtém benefícios com essas práticas. Assim, além de mostrar o custo é importante mostrar quem foram os doadores de cada candidato e vou mais além: é necessário acompanhar seu desempenho no Legislativo pois é nas votações e na tomada de posicionamentos que se conhece realmente nossos representantes eleitos. Aí sim teríamos um mapa mais real das ligações dos candidatos com a sociedade. Mas, melhor termos os dados do que nada.



Maximiliano Martin Vicente