

## **SOCIEDADE CIVIL NO HGPE: A PRESENÇA DAS ORGANIZAÇÕES SOCIAIS NAS ELEIÇÕES PROPORCIONAIS DE 2012 EM PONTA GROSSA**

Luã José Vaz Chagas<sup>1</sup>  
Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG)  
luaanchagas@gmail.com

Rodrigo Nascimento Reis<sup>2</sup>  
Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG)  
rodrigoreisitz@gmail.com

Carlos Willians Jaques Moraes<sup>3</sup>  
Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG)  
cwjmorais@hotmail.com

### **Resumo**

O presente artigo é resultado de um estudo sobre a presença e as menções dos candidatos a vereador sobre organizações sociais, entidades, sindicatos e outras associações nas eleições proporcionais de 2012, na cidade de Ponta Grossa, Estado do Paraná, no Brasil. Os dados foram coletados pelo Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Política: representações e atores sociais, do Programa de Pós-Graduação (Mestrado) em Jornalismo, da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). A discussão tem como base os conceitos de Sociedade Civil e Esfera Pública em Habermas (2003), e se aplica ao formato desenvolvido para campanhas proporcionais no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), a forma de divulgação das propostas durante o período de eleições brasileiras.

**Palavras chave:** HPGE, política, sociedade civil, esfera pública.

### **Abstract**

This article is the result of study on the presence and the candidates for councilor's mentions about social organizations, trade unions and other associations in proportional elections of 2012 at Ponta Grossa, Paraná. Data were collected by the Research Group in Journalism and Politics: representations and social actors, belonging to Graduate Program (Master) in Journalism at the State University of Ponta Grossa (UEPG). The discussion is based on the Civil Society and the Public Sphere's concepts in Habermas (2003), and applies to the format developed for proportional campaigns in TV election free time.

**Keywords:** election free time, Civil Society, Public Sphere, politics.

---

<sup>1</sup> Graduado, jornalista e estudante do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (Mestrado), da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

<sup>2</sup> Graduado, jornalista e estudante do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (Mestrado), da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

<sup>3</sup> É Doutor em Educação (Filosofia da Educação) pela Faculdade de Educação, da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Atualmente é professor efetivo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (Mestrado).

## **Introdução**

Garantido por lei, o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) possui mais de 50 anos e é um espaço privilegiado para garantir a visibilidade aos candidatos dentro da representatividade partidária no momento das eleições brasileiras. Criado em 1962 e instituído pelo Código Eleitoral na Lei 4.737, de 1965, é um espaço gratuito de veiculação obrigatória, reservado dentro do horário nobre das emissoras de rádio e televisão abertas ou autorizadas pelo Estado. A finalidade é tornar pública a propaganda dos candidatos aos cargos políticos.

Com tempos diferenciados, determinados pela representatividade no Congresso Nacional, o HGPE reflete interesses, estratégias e pensamentos de grupos, coligações e partidos dentro do pleito. A midiaticização da disputa dos grupos de poder pelas cadeiras da Câmara de Vereadores, a representatividade mais próxima do eleitor nas cidades brasileiras, e outros cargos políticos é cada vez mais intensa com a profissionalização das equipes com foco direcionado na campanha, veiculada no rádio e na TV.

Partimos do princípio que o HGPE é uma demonstração desse reflexo também das ações na campanha eleitoral e de como a disputa pode representar, ou não, organizações da Sociedade Civil. É neste contato direto com o eleitor em que é evidenciada a presença das ligações sociais e políticas dos movimentos organizados, dentro da expressão de propostas ou construção da imagem dos candidatos.

A exibição acontece nos 45 dias que antecedem os três dias anteriores ao da eleição. Esse é o período de foco da pesquisa, centrada nos candidatos à proporcional em chapas para o cargo de vereador nas eleições de 2012, na cidade de Ponta Grossa, na região central do Paraná, Estado do Sul do Brasil. O objetivo é relacionar os conceitos de Sociedade Civil e Esfera Pública em Habermas (2003) com a representatividade das menções dos candidatos em suas chapas proporcionais, considerando as organizações sociais, entidades, sindicatos e outras associações durante a veiculação do HGPE.

A cidade escolhida é uma das principais centros econômicos do Estado do Paraná e compõe disputas em primeiro e segundo turno nas eleições municipais. Além da proximidade acadêmica, os resultados da pesquisa contribuem para as discussões não somente em nível nacional em torno do Horário Eleitoral, mas também como se manifesta no contexto de uma cidade, as relações entre os grupos sociais e sua presença na disputa partidária.

Os dados foram coletados no Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Política: representações e atores sociais, do Programa de Pesquisa em Pós-Graduação em Jornalismo, Mestrado, da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). A discussão tem como base os conceitos filosóficos, sociológicos e políticos apurados pelo pensamento de Jürgen Habermas (2003), e a apresentação do formato desenvolvido para campanhas proporcionais no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), considerando a presença de entidades reconhecidas socialmente como ONGs, movimentos sociais, sindicatos, etc.

### **Sociedade Civil, Esfera Pública e HGPE**

Em 2012, o horário reservado a propaganda eleitoral começou no dia 21 de agosto e encerrou dia 4 de outubro, três dias antes do primeiro turno. Antes do período, partidos e coligações devem preparar as mídias contendo as peças da propaganda eleitoral para assim desfrutar do direito do espaço nas emissoras de rádio e televisão abertas ou autorizadas pelo Estado. É preciso, no entanto, diferenciar o HGPE nas definições que o colocam dentro de um aspecto restrito ao marketing.

De acordo com Gomes (2012), o horário destinado aos candidatos durante um pleito é parte de uma propaganda eleitoral com o objetivo de convencer o eleitor sobre suas propostas durante um determinado período. Diferente então da propaganda política, que visaria a conquista de um público independente do momento das eleições, seja pelo princípio democrático do convencimento pelas ideias.

Partimos do princípio de que a comunicação é um instrumento de mudança social, e não apenas criação de imagem, objetivo este muito propagado pelo marketing. Entendemos, portanto que fazer comunicação política é ir além. É participar, tanto emissores quanto receptores, de um processo de transformação social. É contribuir para a criação de uma consciência política, matéria bastante escassa no Brasil. (Gomes, 2013:16)

Segundo Becker (2010), quando surgiram novos movimentos sociais – ambientalistas, feministas, pacifistas, urbanos, de minorias, entre outros – fizeram renascer o conceito de sociedade civil trazendo à tona a democracia como objeto de debate e de luta. A autora ressalta que quando a sociedade civil é vista como fundamental para construção de uma sociedade democrática, a relação com a mídia permite publicização com os meios de comunicação bem como visibilidade na sociedade, pressão, diálogo/negociação com Estado, e “busca de apoio/alianças no interior da própria sociedade civil e conquista de soluções favoráveis a um ou outro

setor/classe social em cada conflito, assim como a atingir melhores posições na disputa entre os diferentes projetos societários” (Becker, 2010:106).

A partir destes aspectos, o HGPE se torna fundamental pela exibição no rádio e na TV, por meio da representatividade partidária, para o processo de discussão de ideias no espaço comunicacional. Um terço do tempo total é dividido igualmente entre todos os candidatos e os outros dois terços do tempo total são divididos entre os candidatos na proporção de representatividade de seu partido ou coligação na Câmara dos Deputados. Os horários são veiculados em dois períodos na TV, como objeto de nossa análise, no primeiro, sendo das 13h às 13h50 e no segundo, das 20h30 às 21h20, sendo em dias alternados com uma das chapas majoritárias e outro das proporcionais.

Neste mais de meio século de existência, o HGPE manteve-se como espaço privilegiado para exposição de partidos e candidatos, mas acabou perdendo credibilidade política, fruto de críticas sobre o caráter espetacular das campanhas. Isso porque ao ser incorporado pelo espaço midiático o discurso político ganha um caráter lúdico ao mesmo tempo. Não se pode negar que, enquanto uma “vitrine” para a exposição dos candidatos, é a forma de divulgação que abrange o maior número de brasileiros, apesar dos avanços dos materiais online e também da participação dos usuários em espaços virtuais. (Panke, Cervi, 2011:391)

A midiática das campanhas eleitorais também pode mostrar, para além da representatividade dos partidos na Câmara, a profissionalização e investimentos de cada grupo. Com isso, algumas campanhas podem levar vantagens pela qualidade de apresentação dos programas no rádio ou na TV, como é o caso da análise pensando nas eleições proporcionais de Ponta Grossa em 2012.

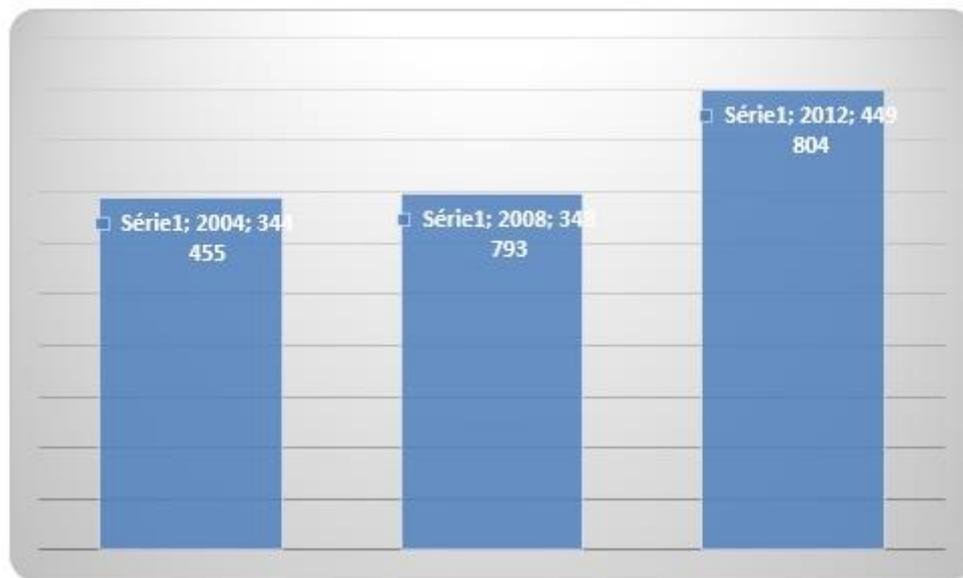
A televisão é o meio privilegiado por ser a base do entretenimento e de informação do brasileiro. Além disso, é um dos veículos de comunicação que alia diversos códigos de linguagem, classificando-se desta forma, como multidimensional (simula a dimensão espacial do mundo real) e multissensorial (devido à variedade de linguagens simultâneas, estimula vários sentidos ao mesmo tempo). (Panke, Wiggers, Okido, 2012:129)

Em sua maioria, os estudos do HGPE estão voltados a campanhas majoritárias onde inserem-se presidentes, governadores e prefeitos. Em alguns países como os Estados Unidos ou até mesmo Portugal, o espaço precisa ser comprado dentro dos meios de comunicação, ao contrário do Brasil. No caso desta pesquisa, o foco da análise volta-se a maior parte do conjunto de candidatos das proporcionais com chapas para vereadores nas eleições municipais da cidade de Ponta Grossa em 2012. Esse é o espaço onde mais estão presentes candidatos, interesses e uma grande variedade de discursos que defendem diversas propostas.

Dentro dessa discussão, o “Horário de Propaganda Eleitoral Gratuita” (HPEG) brasileiro, que distribui tempo de rádio e televisão entre quem disputa a eleição, pode ser encarado como um importante passo para a equalização das condições da disputa política.<sup>2</sup> No jogo eleitoral brasileiro, ele se tornou um elemento central, altamente valorizado nos cálculos dos agentes políticos, quando projetam os lances seguintes de suas carreiras ou procuram alianças. Ele é, nas circunstâncias atuais da política brasileira, o grande mecanismo de valorização das hierarquias partidárias. Uma vez que o tempo é distribuído, em parte, de acordo com as bancadas no Legislativo, os partidos contam como blocos, como se agissem em uníssono. (Miguel, 2004:239)

O próprio número de candidatos aumentou consideravelmente nas últimas três eleições segundo dados disponibilizados no site do Tribunal Superior Eleitoral quanto ao número de candidatos a vereadores no país. Em 2004 foram 344.455 postulantes aos cargos nas câmaras municipais do país, em 2008 subiu para 348.793 em nas eleições que fazem parte de nossa análise, o processo envolveu 449.804 candidatos em todo país. Somente em Ponta Grossa, 442 participaram do processo eleitoral para 23 vagas, com uma concorrência de 120 para cada cadeira no legislativo municipal.

**Gráfico 1: Candidatos a vereador nas eleições de 2012**



Fonte: <http://www.tse.jus.br/>, acesso em maio de 2015.

Para Cervi (2011), o estudo sobre as candidaturas proporcionais dentro do HGPE pode mostrar tanto a voz empregada dentro das eleições para o legislativo, suas propostas e também a desigualdade de condições entre aqueles que participam da disputa. Com mais recursos ou então com cargos nas esferas de poder e até mesmo na

disputa pela reeleição, determinados postulantes possuem mais condições de visibilidade. A própria negociação entre os partidos pode influenciar no tempo destinado aos candidatos sem nenhuma regulamentação.

O fato é que as candidaturas já começam o processo eleitoral em desigualdade de condições. E isso não se dá apenas em relação às fontes e montantes de recursos financeiros, pois as próprias características de origem dos candidatos impõem diferenças. Por exemplo, enquanto existem candidatos em disputa pela primeira vez ou sem ocupar cargo no Estado, existem aqueles que estão concorrendo à reeleição, dotados de mais voz e poder decisório nas estruturas partidárias. Há também os que ocupam cargos nomeados no aparato estatal ou os que fazem parte da estrutura partidária propriamente dita. A questão que se coloca aqui é se a partir da análise do HGPE é possível identificar possíveis desequilíbrios na distribuição do recurso partidário “tempo em rádio e televisão” entre os candidatos. (Cervi, 2011:108)

Por outro lado, outros autores defendem maiores investimentos nas campanhas proporcionais que ainda ficam muito aquém das majoritárias. Com recursos menores, ainda predomina a voz do candidato, sua imagem ou então somente a chamada do número no caso de chapas com um tempo de representação menor. Ainda é promovido o santinho eletrônico com o nome, a foto e o número mesmo com todas as capacidades possíveis da televisão.

O HPEG (a meu juízo) não está cumprindo os objetivos para os candidatos proporcionais, temos a permanência do santinho eletrônico dos anos 60, apenas com a inclusão do nome, número, partido e falas modestas, exibicionistas ou excêntricas (Queiroz, 2012:35)

Independente dos recursos audiovisuais, o Horário Eleitoral nas campanhas proporcionais pode refletir as bases dos candidatos, suas aspirações para a cidade e também o interesse social presente nas menções de cada candidato. É possível perceber a partir dos segmentos estudados, as referências étnicas, culturais, a utilização de apetrechos ou a lembrança enfocando a realização de alguma atividade social.

É necessário ressaltar a importância desse espaço no meio de comunicação como um princípio básico para a formação de imagens e também a constatação de muitos aspectos sociais do momento democrático que passa pela escolha por meio do voto. A democracia é reforçada pelo acesso à linguagem comunicacional do rádio e da TV que oferecem num espaço obrigatório e privilegiado, as ideias que estão em pauta.

Diante disso, a sociedade - organizada em entidades, ONGs e movimentos sociais - é parte da construção da democracia e está presente no HGPE das eleições proporcionais de 2012, em Ponta Grossa. Para Habermas (2003), a sociedade civil foi redescoberta nas últimas décadas, sendo ampliada sua importância para a manutenção

de uma democracia que tenha como prioridade o interesse público. A comunicação como um todo, o jornalismo e as campanhas eleitorais podem sofrer interferências das complexidades da vida social que passa por esses movimentos.

O seu núcleo institucional é formado por associações e organizações livres, não estatais e não econômicas, as quais ancoram as estruturas de comunicação da esfera pública nos componentes sociais do mundo da vida. A sociedade civil compõe-se de movimentos, organizações e associações, os quais captam os ecos dos problemas sociais que ressoam nas esferas privadas, condensam-nos e os transmite, a seguir, para a esfera pública política. O núcleo da sociedade civil forma uma espécie de associação que institucionaliza os discursos capazes de solucionar problemas, transformando-os em questões de interesse geral no quadro de esferas públicas. (Habermas, 2003:99)

O “Mundo da Vida” rompe com o “Mundo Sistêmico” e por sua vez inserem-se nos aspectos que envolvem o dia a dia dos cidadãos. O envolvimento das relações culturais faz da presença cultural um aspecto importante nas lutas e demandas sociais. “O mundo da vida é formado pela coordenação da ação através da comunicação, da linguagem, com sujeitos em interação. No mundo da vida predomina o agir comunicativo orientado para o entendimento mútuo, em que a comunicação leva a uma busca de acordos” (Oliveira; Fernandes, 2011:9).

Como aspecto inerente à formação de um Estado democrático, a presença da Sociedade Civil no processo eleitoral é fundamental para as discussões que envolvem temáticas de interesse público. As entidades, organizações sociais, movimentos podem oferecer a partir de seus representantes, os interesses focados em grupos, ações ou representatividades que são importantes para o momento de uma eleição municipal. A partir dessas premissas, o HGPE se torna um dos principais espaços onde se encontra a necessidade de uma comunicação pública aberta a opiniões divergentes e carregadas das mais diferentes representações.

A liberdade de opinião e de reunião, bem como o direito de fundar sociedades e associações, definem o espaço para associações livres que interferem na formação da opinião pública, tratam de temas de interesse geral, representam interesses e grupos de difícil organização, perseguem fins culturais, religiosos ou humanitários, formam comunidades confessionais, etc. O sistema político, que deve continuar sensível a influências da opinião pública, conecta-se com a esfera pública e com a sociedade civil, através da atividade dos partidos políticos e através da atividade eleitoral dos cidadãos (Habermas, 2003:101)

Ao relacionar o HGPE, como um espaço garantido por meio da representatividade dos partidos na Câmara dos Deputados, e público, no sentido de aberto a todos no Rádio e na TV, a presença da Sociedade Civil organizada possibilita

uma Esfera Pública que contemple as diferentes vozes presentes na sociedade. Habermas (2003) constrói essa definição a partir da teoria social do pluralismo e das formas de exercício do poder, com a organização dos interesses de cada grupo e as diferentes condições para exporem suas ideias.

A esfera pública não pode ser entendida como uma instituição, nem como uma organização, pois ela não constitui uma estrutura normativa capaz de diferenciar entre competências e papéis, nem regula o modo de pertença a uma organização, etc. Tampouco ela constitui um sistema, pois, mesmo que seja possível delinear seus limites internos, exteriormente ela se caracteriza através de horizontes abertos, permeáveis e deslocáveis. A esfera pública pode ser descrita como uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e opiniões; nela os fluxos comunicacionais são filtrados e sintetizados a ponto de se condensarem em opiniões públicas enfeixadas em temas específicos. (Habermas, 2003:92)

A esfera pública, então, se torna ampla e com a comunicação não vista somente pela decadência dos debates mercadológicos, mas com diversas condições para fazer valer os aspectos discursivos. É nesta perspectiva que se enquadra a necessidade de termos as mais diversas vozes compondo os debates para a formação da opinião essencialmente pública. No caso do HGPE, a representação das organizações sociais também demonstra a presença dos diversos interesses dos grupos, ONGs, movimentos e associações para fazerem valer dentro do processo eleitoral suas reivindicações.

### **A presença da Sociedade Civil organizada no HGPE**

Os dados foram coletados no Grupo de Pesquisa em Jornalismo, Representações Políticas e Atores Sociais do Programa de Pesquisa em Pós-Graduação em Jornalismo, Mestrado, da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Para o artigo, a segmentação se deu a partir das menções dos 442 candidatos quanto aos movimentos da Sociedade Civil organizada com a validação a partir da presença nas falas dos vereadores.

Em 2012, o número de postulantes ao cargo de vereador nas chapas proporcionais aumentou consideravelmente quando comparado às duas últimas eleições. Em 2004, foram 294 candidatos e, em 2008, o número diminuiu para 262. No nosso caso, para 23 cadeiras no legislativo municipal, foram 442. Foram registradas oito chapas no Tribunal Regional Eleitoral.

Com os dados contextuais do número de candidatos e sua presença no Horário Eleitoral, é a metodologia quantitativa que proporciona uma análise da frequência com

que aparecem os movimentos sociais na campanha para a televisão. Dentro deste pressuposto, considera-se organização social qualquer tipo de forma organizada e reconhecida socialmente, que não sejam referentes ao Estado, partidos ou coligações eleitorais.

Pertencem, pois, ao domínio da análise de conteúdo, todas as iniciativas que, a partir de um conjunto de técnicas parciais, mas complementares, consistam na explicitação e sistematização do conteúdo das mensagens e da expressão deste conteúdo, com o contributo de índices passíveis ou não de quantificação, a partir de um conjunto de técnicas, que embora parciais, são complementares. Esta abordagem tem por finalidade efectuar deduções lógicas e justificadas, referentes à origem das mensagens tomadas em consideração (o emissor e o seu contexto, ou, eventualmente, os efeitos dessas mensagens). O analista possui à sua disposição (ou cria) todo um jogo de operações analíticas, mais ou menos adaptadas à natureza do material e à questão que procura resolver. (Bardin, 1977:.42)

Ao todo, foram 2522 segmentos analisados para chegar aos dados presentes nas tabelas a seguir. A Tabela 1, relacionada às Menções a Organizações Sociais mostra a baixa presença da Sociedade Civil organizada como um todo durante toda a campanha eleitoral no rádio e na TV. A presença de apenas, 4,5% de citações de movimentos sociais, ONG's, entre outras entidades contraria o pensamento de Habermas (2003), ao destacar a importância dos grupos com interesses sociais estarem presentes em um dos momentos mais importantes da democracia, que são as eleições. Ou seja, é possível argumentar que a Esfera Pública não está sensível às demandas da Sociedade Civil organizada.

**Tabela 1: Menções a Organizações Sociais**

Menções	Frequência	Porcentagem
Ausência	2522	95,5
Presença	120	4,5
Total	2642	100,0

Fonte: Grupo de Pesquisa em Jornalismo, Representações Políticas e Atores Sociais, 2015

Aprofundando a análise dos dados coletados pelas relações de gênero, são as mulheres as que mais citam a presença destes movimentos, como algo importante para o interesse público em uma Esfera Pública democrática. A Tabela 2, que diz respeito às citações entre homens, com 6% de menções e mulheres com 8,3%, reflete também, a baixa presença destes aspectos no momento de explicitação das propostas eleitorais.

**Tabela 2: Menções por gênero**

		Frequência	Percentual
Masculino	Ausência	1938	94,0
	Presença	123	6,0
	Total	2061	100,0
Feminino	Ausência	632	91,7
	Presença	57	8,3
	Total	689	100,0

Fonte: Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Política: representações e atores sociais, 2015

Relacionando as menções pelas diversas organizações presentes nos discursos dos candidatos a vereador em 2012, somente 4,5% do total de suas propostas, apresentaram diretamente algum tipo de entidade. Como mostra a Tabela 3, a maioria ainda é relacionada a partidos políticos do momento do pleito e poucas atividades, como a Defesa de animais abandonados (0,5%), o Movimento Estudantil (0,3%), Hip Hop (0,2%), Classe Trabalhadora (0,2)% e o Grupo Nacional de Pedagogos (0,2%), mesmo que ainda pequenas, estão entre as que mais aparecem enquanto organizações da sociedade civil organizada.

**Tabela 3: Menções por organizações**

		Frequência	Porcentagem
Válido	Sem menção	2522	95,5
	Classe trabalhadora	7	0,3
	Defesa de animais abandonados	14	0,5
	Grupo Nacional dos Pedagogos	5	0,2
	Hip Hop	4	0,2
	Movimento Estudantil	9	0,3
	PDT	11	0,4
	Polícia Militar, Patrulha Escola, Igreja Quadrangular do Poder de Deus	4	0,2
	PPS	10	0,4
	PRB	4	0,2
	PRP	7	0,3
	PSB	9	0,3
	PSDB	10	0,4
	PSDC	5	0,2
	PTN	2	0,1
	PV	17	0,6
	VCG	2	0,1
	Total	2642	100,0

Fonte: Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Política: representações e atores sociais, 2015

Outro dado que contribui nesta perspectiva são os relacionados aos 23 vereadores eleitos. A partir da proposta de representatividade ou presença no pleito por meio das menções na coleta dos dados do Horário Eleitoral, é possível relacionar como isso foi também levado para o parlamento a partir da eleição dos legisladores. Na Tabela 4, encontramos uma presença maior de citação das entidades e organizações sociais entre os eleitos, que mesmo com um percentual considerado baixo, teve 5,1% do total das citações, enquanto os que não conseguiram a eleição, com 4,5. A média é a mesma das aparições totais unindo os candidatos eleitos e não eleitos.

**Tabela 4: Menções eleitos e não eleitos**

SITUAÇÃO			Frequência	Porcentagem
Não concorrente	Válido	Ausência	6	100,0
Eleito	Válido	Ausência	240	94,9
		Presença	13	5,1
		Total	253	100,0
Não eleito	Válido	Ausência	2276	95,5
		Presença	107	4,5
		Total	2383	100,0

Fonte: Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Política: representações e atores sociais, 2015

Como já citado, o HGPE é o espaço onde as articulações ocorrem e fornecem subsídios para o momento das eleições como referência ao eleitor no momento da busca por informações sobre os candidatos (Queiroz, 2013). É também por meio do acesso ao rádio e a TV que os discursos podem referenciar as origens destes candidatos e, por sua vez, levar ao público marcas dos grupos, organizações e propostas defendidas. Como mostra a Tabela 5, que cita as organizações citadas por eleitos e não eleitos encontramos a presença do movimento estudantil com 3,6% e depois a Polícia Militar, Patrulha Escolar e Igreja Quadrangular do Poder de Deus com 1,6% ao todo. Entre os que ficaram de fora e não conseguiram acesso no primeiro momento estão organizações citadas em torno da Classe Trabalhadora, Defesa dos Animais Abandonados, o Grupo Nacional dos Pedagogos e o Hip Hop.

**Tabela 5: Organizações eleitos e não eleitos**

SITUAÇÃO			Frequência	Porcentagem
Não concorrente	Válido	Sem menção	6	100,0
Eleito	Válido	Sem menção	240	94,9
		Movimento Estudantil	9	3,6
		Polícia Militar, Patrulha Escolar, Igreja Quadrangular do Poder de Deus	4	1,6
		Total	253	100,0
Não eleito	Válido	Sem menção	2276	95,5
		Classe trabalhadora	7	0,3
		Defesa de animais abandonados	14	0,6
		Grupo Nacional dos Pedagogos	5	0,2
		Hip Hop	4	0,2
		PDT	11	0,5
		PPS	10	0,4
		PRB	4	0,2
		PRP	7	0,3
		PSB	9	0,4
		PSDB	10	0,4
		PSDC	5	0,2
		PTN	2	0,1
		PV	17	0,7
		VCG	2	0,1
		Total	2383	100,0

Fonte: Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Política: representações e atores sociais, 2015

## Conclusão

O Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral é um espaço privilegiado para a exposição de propostas e debates sobre a situação político social em uma determinada campanha (Panke, Cervi, 2011). As aspirações dos candidatos também demonstram claramente os interesses e a noção de pertencimento a este ou aquele grupo a partir dos segmentos coletados durante o período eleitoral em que o candidato, como orador, pretende convencer o eleitor. A comunicação é então, também, um momento de encontro, de formação da imagem política e da opinião pública e, também, das próprias mudanças sociais necessárias.

Partindo desta premissa, os dados mostram um enfraquecimento nas eleições de 2012 da presença da Sociedade Civil organizada na disputa eleitoral por meio dos candidatos a vereador. O baixo percentual, de apenas 4,5% de menções sobre as organizações oriundas da sociedade reflete o contrário do exposto por Becker (2010), em que os movimentos ambientalistas, feministas, pacifistas, urbanos, estudantis poderiam ampliar o conceito de uma democracia participativa. A conquista de soluções para a sociedade durante o momento das eleições esbarra na situação que envolve o momento eleitoral como objeto de debate e de luta, porém ainda ausente do discurso da maior parte dos candidatos proporcionais de 2012.

Habermas (2003) argumenta que é partir das organizações da sociedade civil que os problemas sociais do mundo da vida e a luta pela democracia são ressaltadas. Elas se fazem presentes no momento em que a visibilidade dos movimentos aumenta e a condição de fala, como momento de ecoar as reivindicações, garante uma pluralidade nas estruturas de comunicação da esfera pública. O interesse público, segundo o autor, seria então a prioridade para o núcleo da sociedade civil com seus diferentes papéis.

Esses grupos, segundo o autor, são capazes de institucionalizar discursos que levam a solução de problemas cotidianos da população. O Horário Eleitoral, enquanto parte do processo democrático deveria abordar assuntos com esse, principalmente em regionalidades localizadas, nas cidades. Obviamente a tematização de assuntos de interesse público tanto voltada aos meios de comunicação, como para a população pode chegar ao ambiente político, levando a uma esfera pública que sintetize os debates e transforme em ações, as necessidades de um todo.

Porém, como mostrado pelos dados, as discussões sociais estão enfraquecidas na esfera pública pela baixa presença do interesse geral que a sociedade civil tende a proporcionar. O Horário Eleitoral, como espaço que garante essa discussão plural, não reflete de maneira adequada os diferentes interesses presentes no pleito. Uma das situações passa pela discussão em Cervi (2011), onde a desigualdade de condições ainda é muito presente no HGPE voltado a candidaturas proporcionais, tanto no tempo destinado, como também em situações que envolvem os recursos financeiros, a disputa desigual e os aparatos utilizados pelos partidos em privilegiar determinadas lideranças que disputam a reeleição por exemplo, ou então as próprias diferenças de tempo destinadas aos partidos por meio da representatividade.

## Referências

BARDIN, L (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edição 70.

BECKER, M. L. (2010) *Sociedade Civil, esfera pública e mídia: confrontos e convergências entre diferentes concepções*. In: CANTOIA LUIZ, Danuta E. (org). *Sociedade Civil e democracia: expressões contemporâneas*. São Paulo: Veras Editora.

CERVI, E. U. (2011) *O uso do HGPE como recurso partidário em eleições proporcionais no Brasil: um instrumento de análise de conteúdo*. *Opinião Pública*. Volume 17, n. 1, junho. Campinas.

GOMES, N. D. (2013) Considerações críticas sobre o HGPE, a partir de observações e enquete com o eleitorado. In: PANKE, Luciana. MACEDO, Roberto Gondo (Orgs.). *HGPE: desafios e perspectivas nos 50 anos do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral no Brasil*. Capivari, SP: Editora Nova Consciência.

HABERMAS, J. (2003). *Direito e Democracia: entre facticidade e validade*. 2. Ed. Trad.: Flávio Beno Siebeneichler. Vol. 2. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

OLIVEIRA, L A.; FERNANDES, A.B. (2011) *Espaço público, política e ação comunicativa a partir da concepção habermasiana*. In: PANKE, L. et all (orgs). *A mobilização social no contexto político eleitoral*. Curitiba: UFPR.

PANKE, L.; WIGGERS, M.L; OKIDO, S. H. (2013) Eleições presidenciais brasileiras em 2010: Uma análise comparativa do HGPE em rádio e televisão. In: PANKE, Luciana. MACEDO, Roberto Gondo (Orgs.). *HGPE: desafios e perspectivas nos 50 anos do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral no Brasil*. Capivari, SP: Editora Nova Consciência.

PANKE, L.; CERVI, E. (2011) *Análise da comunicação eleitoral: uma proposta metodológica para os estudos do HGPE*. In *Revista Contemporânea*, Salvador.

QUEIROZ, A. (2013) 50 anos do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, HGPE. Origens, avanços e desafios. In: PANKE, Luciana. MACEDO, Roberto Gondo (Orgs.). *HGPE: desafios e perspectivas nos 50 anos do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral no Brasil*. Capivari, SP: Editora Nova Consciência.