

Rádios e TVs cederam 260 h

Quando o último programa da Propaganda Eleitoral Gratuita for ao ar hoje à noite, os candidatos à sucessão presidencial terão garantido um total de 260 horas e 40 minutos de transmissão, decorrentes de duas apresentações diárias desde o dia 15 de setembro.

Segundo estimativas da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) esta programação assegurou aos candidatos uma audiência de, pelo menos, 90 milhões de ouvintes e 75 milhões de telespectadores. Para tanto, a Abert tomou como referência a existência, no País, de 60 milhões de aparelhos de rádio e 32 milhões de televisões, sendo que, dessas, 23 milhões são a cores.

Se não houver um vencedor único na eleição em primeiro turno (com mais de 50% dos votos) o pleito será repetido no dia 17 de dezembro, concorrendo os dois candidatos mais votados no dia 15 de Novembro. Para divulgarem suas propostas, eles vão dispor de 20 minutos diários, cada um, para o rádio e 20 minutos para a televisão, divididos em dois programas, a exemplo do primeiro turno.

De acordo com o ministro Francisco Rezek, presidente do Tribunal Superior Eleitoral, a legislação brasileira sobre este assunto deverá conter normas mais restritivas, segundo uma avaliação desta campanha. Ele fez este comentário referindo-se ao desempenho dos candidatos de partidos menores e com vida curta.