

autorização da Justiça Eleitoral, a veiculação de propaganda eleitoral por meio da fixação de faixas, placas, cartazes com no máximo um metro quadrado de área útil, vedadas pinturas ou inscrições em muros.

§ 3º Fica vedada a distribuição, gratuita ou remunerada, dos seguintes brindes com propaganda de qualquer candidato, no período eleitoral: caneta, lápis, chaveiro, bloco de anotação, lixa de unha, batom, calendário anual, régua, caderno, porta título, pente ou escova para cabelo, pulseira, colar, bola de qualquer modalidade esportiva, cinzeiro, espelho, sacos de lixo, panos para limpeza em geral, troféus, jogo de cartas, saco para pipoca, sacola, fita cassete, DVD ou CD com músicas que não sejam de campanha ou do partido, carteira para documentos, cartões telefônicos e utensílios domésticos.

§ 4º O descumprimento do disposto no parágrafo terceiro deste artigo, acarretará detenção de seis meses a um ano e multa de três mil a dez mil reais a pessoa que estiver distribuindo algum dos brindes citados; detenção de um a dois anos ao fabricante do brinde que contenha propaganda eleitoral e multa de vinte mil a cinquenta mil reais; multa ao partido do candidato de vinte mil a cinquenta mil reais para cada tipo de brinde apreendido no ato da distribuição.

§ 5º Fica permitido dentre os brindes, o uso de camisetas, bonés, bandeira partidária e adesivos para veículos e broches com propaganda de candidatos, no período eleitoral.

Art. 39. (...)

§1º (...)

§ 2º (...)

§ 3º O funcionamento de alto-falantes ou amplificadores de som, ressalvada a hipótese contemplada no parágrafo seguinte, somente é permitido entre as treze e dezenove horas, nos quinze dias que antecedem a eleição, sendo vedadas a instalação e o uso daqueles equipamentos em distância inferior a duzentos metros:

I-(...)

II-(...)

III-(...)

§ 4º A realização de comícios e assemelhados é permitida no horário compreendido entre as oito e vinte e duas horas, nos trinta dias que antecedem a eleição, aos partidos ou coligações que possuam candidatos majoritários, da seguinte forma:

I- Um comício em cada município para os candidatos à prefeitura nas eleições municipais;

II- Um comício em cada capital de estado e no distrito federal, para os candidatos aos governos estaduais em seus respectivos estados e no distrito federal;

III- Um comício em cada capital de estado e no distrito federal, para os candidatos a Presidência da República.

§ 5º (...)

§ 6º A cada partido, com candidatos majoritários ou proporcionais, fica permitida, no dia da eleição, a distribuição de panfletos de papel com área máxima de propaganda de duzentos

centímetros quadrados cada lado, nas proximidades dos pontos de votação, da seguinte forma:

I- Uma barraca móvel, com, no máximo, seis metros quadrados de área, para distribuição dos panfletos quando solicitado pelo eleitor;

II- Em cada barraca móvel, poderá haver, no máximo, 4 pessoas atuando, credenciadas pelo partido e previamente registradas no cartório eleitoral;

III- O cartório eleitoral fará o sorteio da disposição destas barracas, dispostas quando possível uma ao lado da outra, até cindo dias antes das eleições;

§ 7º A distribuição de qualquer material de propaganda eleitoral, no dia da eleição, fora do disposto no parágrafo anterior, acarretará em punição com detenção de seis meses a um ano e multa de três a dez mil reais para cada pessoa infratora.

Art. 40. O uso, na propaganda eleitoral, de símbolos, frases ou imagens, associadas ou semelhantes às empregadas por órgão de governo, empresa pública ou sociedade de economia mista constitui crime, punível com detenção, de seis meses a um ano, com a alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo período, e multa no valor de dez mil a vinte mil reais.

Art. 42. Fica vedada a propaganda política eleitoral por meio de outdoors ou semelhantes, de qualquer tamanho, em áreas públicas ou particulares.

§ 1º A violação do disposto neste artigo sujeita a empresa responsável, os partidos, coligações ou candidatos, ao pagamento de multa no valor de três a cinco mil reais por outdoor ou assemelhado e a imediata retirada da propaganda no prazo de vinte e quatro horas.

Art. 43. É vedada a propaganda eleitoral na imprensa escrita, gratuita ou remunerada, durante o período eleitoral de candidato majoritário ou proporcional.

§ 1º. A inobservância do estabelecido neste artigo sujeita os responsáveis pelos veículos de divulgação e os partidos, coligações ou candidatos beneficiados, a multa no valor de três a vinte mil reais por edição.

§ 2º. É facultada a realização de entrevistas com os candidatos a cargo majoritário, dentro dos trinta dias anteriores ao pleito, desde que destine-se um quarto de página a cada um dos candidatos numa mesma edição e com o mesmo conteúdo de perguntas.

Art. 45. A partir de cinco de agosto do ano da eleição, é vedado às emissoras de rádio e televisão, em sua programação normal e noticiário:

I-(...)

II-(...)

III-(...)

IV-(...)

V-(...)

VI-(...)

§ 1º A partir de cinco de agosto do ano da eleição, é vedado ainda às emissoras transmitir programa apresentado ou comentado por candidato escolhido em convenção.

§ 2º Sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 55, a inobservância do disposto neste artigo sujeita a emissora ao pagamento de multa no valor de cinquenta mil a duzentos mil reais, duplicada em caso de reincidência.

§ 3º (...)

Art. 46. Independentemente da veiculação de propaganda eleitoral gratuita no horário definido nesta Lei, é obrigatória a transmissão, por emissora de televisão que opere em canal aberto e de rádios nas eleições municipais, de no mínimo um debate entre os candidatos majoritários com duração mínima de duas horas, vedado aos candidatos proporcionais, sendo assegurada a participação de candidatos dos partidos com representação na Câmara dos Deputados, e facultada a dos demais, observado o seguinte:

I – (...)

II – (...)

III- No caso de eleições para prefeitos municipais, aplicar-se-á o disposto no caput deste artigo e incisos, às rádios e emissoras de televisão com sede no município.

IV- No caso das eleições para governadores estaduais ou do Distrito Federal, cada emissora de televisão transmitirá o debate nesta área de abrangência.

V- No caso da eleição presidencial, cada emissora de televisão transmitirá o debate em rede nacional ou em todos os seus pontos de retransmissão.

VI- Os debates deverão ser parte de programação previamente estabelecida e divulgada pela emissora, fazendo-se mediante sorteio a escolha do dia, da ordem de fala de cada candidato e da quantidade de perguntas permitidas entre os candidatos, salvo se celebrado acordo em outro sentido entre os partidos e coligações interessadas.

VII- Caberá ao conjunto das emissoras de televisão, ou de rádios no âmbito municipal, estabelecer entre si os dias e horários para transmissão dos debates, sendo permitida a união de duas ou mais emissoras para transmissão conjunta deste evento.

VIII- As emissoras de rádio e televisão deverão comunicar aos partidos e à Justiça Eleitoral os dias em que veicularão o disposto no caput deste artigo e seus incisos, até quinze dias antes da data da eleição.

§ 1º Uma vez que as datas e horários são previamente definidos, conforme disposto no inciso VII deste artigo, o não comparecimento de algum candidato formalmente convidado ao debate, não impedirá a realização do mesmo.

§2º(...)

Art. 47. As emissoras de rádio e de televisão e os canais de televisão por assinatura mencionados no art. 57 reservarão, nos trinta dias anteriores à antevéspera das eleições, horário destinado à divulgação, em rede, da propaganda eleitoral gratuita, na forma estabelecida neste artigo.

§1º(...)

I – (...)

II – (...)

III – (...)

IV – (...)

V – (...)

VI – (...)

VII – (...)

§2º(...)

I – (...)

II – (...)

§3º(...)

§ 4º (...)

§ 5º (...)

§ 6º (...)

Art. 48. Nas eleições para Prefeitos e Vereadores, nos Municípios em que não haja emissora de televisão, a Justiça Eleitoral determinará que se reserve vinte e cinco por cento (25%) do tempo destinado à propaganda eleitoral gratuita, para divulgação em rede da propaganda dos candidatos desses municípios que possuem mais de cem mil eleitores, pelas emissoras geradoras que transmitam sinais a estes municípios.

§ 1º Caso haja mais de um município com mais de cem mil eleitores na área de abrangência da emissora de televisão, os vinte e cinco por cento do total, serão divididos em partes iguais por município.

§ 2º (...)

Art. 52. A partir do dia cinco de agosto do ano da eleição, a Justiça Eleitoral convocará os partidos e a representação das emissoras de televisão e de rádios para elaborarem plano de mídia, nos termos do artigo anterior, para o uso da parcela do horário eleitoral gratuito a que tenham direito, garantida a todos participação nos horários de maior e menor audiência.

Art. 56. (...)**§1º(...)**

§ 2º Em cada reiteração de conduta, o período de suspensão será duplicado e acrescido para as emissoras de televisão, multa de cinquenta mil a cem mil reais e para emissoras de rádio, multa de dez mil a trinta mil reais.

Art. 57. As disposições desta Lei aplicam-se às emissoras de televisão que operam em VHF e UHF, no que couber às emissoras de rádio AM e FM e aos canais de televisão por assinatura sob a responsabilidade do Senado Federal, da Câmara dos Deputados, das Assembléias Legislativas, da Câmara Legislativa do Distrito Federal ou das Câmaras Municipais.”

Art. 2º Esta Lei entre em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O presente projeto tem o objetivo de reduzir os gastos eleitorais, que são tão onerosos aos partidos políticos e seus candidatos, levando-os à busca desenfreada de recursos para possibilitar a utilização de todos os meios possíveis de divulgação de seu nome e suas propostas.

Algumas inovações do projeto em tela:

1. Diminuição de 90 para 60 dias o período eleitoral;
2. Proibição do uso de outdoors, faixas e cartazes, em locais públicos e particulares, incluindo pontes, passarelas, postes e viadutos;
3. Diminuição e limitação dos comícios nas eleições municipais, estaduais e nacionais;
4. Regulamentação da chamada boca de urna, em patamares mínimos de atuação;
5. Obrigatoriedade de ao menos um debate em emissoras de rádio e televisão;
6. Proibição de propaganda na imprensa escrita, facultada a entrevista com mesmo teor de perguntas somente aos candidatos majoritários;
7. Proibição de pintura de muros, mesmo em áreas particulares;
8. Proibição da distribuição de brindes conforme especificado, punindo quem distribui e quem fabrica, como também o partido ao qual o candidato pertença;
9. Diminuído o número de dias para circulação de carros de som e limitado a meio período.

Com certeza a diminuição dos dias de propaganda eleitoral, a proibição da chamada “poluição visual” nos espaços públicos, a limitação de comícios e a obrigatoriedade de debates nos meios de comunicação, farão as campanhas se tornarem menos onerosas e mais concentradas nas propostas e convencimento do eleitor mediante programas e material gráfico.

A proibição de brindes, embora seja de caráter limitado ao que está disposto no parágrafo 3º do artigo 37, já vai inibir em muito o gasto com material supérfluo que não mostram a proposta do candidato. Já os de uso individual, como camisetas, bonés, broches ou adesivos para carro, entendemos ser uma situação de manifestação individual,

que embora seja objeto de distribuição em massa pelos partidos, ficaria difícil identificar se o usuário de uma camiseta ou boné, teria mandado confeccionar o material as suas próprias expensas ou por conta do partido. Daí nossa intenção em deixar claro que estes materiais de propaganda eleitoral não são proibidos.

Espera-se, também, resolver o problema persistente da famigerada “boca-de-urna”. O projeto pretende racionalizar a forma de abordagem aos eleitores nos locais de votação, liberando a montagem de barracas dos partidos e coligações em locais de votação, limitando o número de militantes e determinando o sorteio dos locais pela Justiça Eleitoral. Dessa forma, o pleito pode se realizar com mais tranqüilidade e com isonomia, uma vez que a “boca-de-urna” é suscetível ao poder econômico de candidatos, partidos e coligações.

Creio que esta iniciativa que ora proponho na forma desta lei, pode suscitar ainda mais o debate sobre a redução do custo das campanhas, independente de no futuro, haver ou não financiamento público. Conto com o apoio dos senhores parlamentares para aprovação desta lei.

Sala das Sessões, em 3 de agosto de 2005

DURVAL ORLATO
Deputado Federal PT/SP