



C0066540A

CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 8.695, DE 2017
(Do Sr. Vanderlei Macris)

Acrescenta ao art. 44.A à Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, para dispor sobre a propaganda eleitoral na televisão durante o horário gratuito

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-5740/2005.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL
Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. Altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que “Estabelece normas para as eleições”, para vedar a exibição de imagens externas na propaganda eleitoral veiculada na televisão durante o horário gratuito.

Art. 2º. A Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, passa a vigorar acrescida do art. 44-A, com a seguinte redação:

“Art. 44-A. O programa eleitoral na televisão será gravado exclusivamente em estúdio, sendo vedado, por qualquer meio e para qualquer finalidade:

I - veiculação de imagens gravadas ou produzidas em ambientes externos;

II - inserção de imagens de arquivos.

§ 1º. O disposto no *caput* não inclui a veiculação de imagens extraídas de documentos de qualquer natureza, desde que limitada à parte textual.

§ 2º. O descumprimento do disposto no *caput* sujeita os infratores, empresa responsável, partido político, coligação e candidatos, a multa de R\$ 10.000,00 (dez mil reais) a R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), duplicada em caso de reincidência.

§ 3º. Além da multa prevista no § 2º, o descumprimento do disposto no *caput* sujeita o partido político, a coligação e os candidatos à suspensão da propaganda no horário eleitoral gratuito por 24 (vinte e quatro) horas.

§ 4º. Sem prejuízo do disposto no § 3º, a requerimento do Ministério Público, de partido, coligação ou candidato, a Justiça Eleitoral impedirá a reapresentação de propaganda eleitoral na televisão que contrariar as normas estabelecidas neste artigo”.

Art. 3º. O Tribunal Superior Eleitoral expedirá as instruções necessárias à execução desta Lei, observado o disposto no art. 105 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997,

Art. 4º. Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

As campanhas eleitorais brasileiras estão situadas entre as mais caras do mundo¹. Embora não existam estudos comparativos atualizados, podemos nos valer do sempre citado levantamento feito pelo cientista político norte-americano e brasilianista David Samuels, publicado em 2006, que comparou os gastos eleitorais no Brasil (1994) e nos Estados Unidos (1996). Em 1994, a eleição para deputados, senadores, governadores e presidente custou US\$ 3,5 bilhões – o que significa 16% a mais do que o valor gasto nas eleições americanas para todos os cargos federais e que levaram Bill Clinton à Casa Branca.

Em 2014, segundo levantamento feito nas despesas declaradas à Justiça Eleitoral, o custo total foi de cerca de R\$5,1 bilhões de reais, incluídos todos os candidatos e cargos em disputa: presidente, vice-presidente, governador e vice-governador, deputados estaduais e federais e senadores. Segundo a ONG Transparência Brasil, trata-se do maior valor da série, já corrigido pela inflação, desde 2002. Nesse ano, foram gastos R\$ 792 milhões.

O elevado custo das campanhas eleitorais brasileiras pode ser explicado por fatores diversos. Podemos citar o sistema eleitoral adotado desde 1945 (o proporcional de listas abertas para preencher os cargos de Deputados e Vereadores), o tamanho das circunscrições eleitorais, o distanciamento dos partidos políticos e candidatos da sociedade civil e dos eleitores, a extrema judicialização e burocratização do processo eleitoral e a contaminação de todo o procedimento por episódios repetidos de corrupção.

Mas há outro fator que merece igualmente ser destacado e que nem sempre é levado em consideração quando se examinam os gastos eleitorais. Trata-se do formato adotado na propaganda política, concebido e conduzido por marqueteiros e profissionais da mídia, que se utilizam, muitas vezes, das fórmulas semelhantes àquelas adotadas no mercado para a divulgação e venda de produtos comerciais ou serviços.

Na verdade, há muito que as campanhas eleitorais, sobretudo para os cargos majoritários, se tornaram fundamentalmente concebidas e veiculadas por

¹ <http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2014/09/15/eleiassauces-no-brasil-sapso-as-mais-caras-do-mundo>

marqueteiros políticos. O formato de cinema, o grande volume de imagens externas, a priorização da imagem e do som, a presença sistemática dos marqueteiros em todas as fases da campanha e, sobretudo, na condução dos programas durante o horário eleitoral gratuito, tudo isso elevou exponencialmente os custos das campanhas.

Por outro lado, esse artifício tornou vazio e superficial o próprio discurso político e se converteu em oportunidade de ganhos gigantescos e poucos transparentes por parte dos marqueteiros, com os episódios amplamente divulgados na imprensa envolvendo João Santana e Mônica Moura.

Os sistemas político e eleitoral brasileiros carecem de profundas mudanças. Algumas delas já estão em curso neste momento no Congresso Nacional, inclusive veiculadas mediante propostas de emenda à Constituição. Todavia, sem a modificação substancial do formato das campanhas eleitorais, incluído o do horário eleitoral gratuito na televisão, se manterá intocado um dos fatores que mais encarecem as eleições.

Vale apontar que no nosso ordenamento jurídico e segundo o formato atribuído pela Constituição Federal, os partidos políticos se constituem como associações civis, embora não sejam associações comuns. Na verdade, as agremiações partidárias são parte fundamental do sistema político brasileiro, como agentes incumbidos de relevantes atribuições na construção do Estado Democrático de Direito, como a participação nos processos eleitorais para a escolha dos mandatários e membros dos Poderes Legislativo e Executivo, composição das coalizões de sustentação e governabilidade, participação na formação da vontade pública e atuação na defesa da ordem jurídica.

A importância dos partidos políticos e dos processos eleitorais para a construção da democracia e da formação da vontade pública deve impedir que uns e outros se relacionem com a sociedade civil pautados pelo formato mercadológico e orientado fundamentalmente por profissionais do marketing. Ao contrário, devem se pautar pela comunicação direta com os eleitores e a sociedade, que assim conhacerão de fato os pretendentes à governança, sem subterfúgios, maquiagens ou disfarces.

Enfrentando esse problema, podemos contribuir de modo

significativo para a redução do custo das campanhas eleitorais e para o aperfeiçoamento do nosso sistema eleitoral e político. Com essas razões, espero contar com o necessário apoio das Deputados e dos Deputados desta Casa, com vistas à aprovação deste projeto de lei.

Sala das Sessões, em 26 de setembro de 2017.

Deputado VANDERLEI MACRIS

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI N° 9.504, DE 30 DE SETEMBRO DE 1997

Estabelece normas para as eleições.

O VICE-PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no exercício do cargo de **PRESIDENTE DA REPÚBLICA**,

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....
DA PROPAGANDA ELEITORAL NO RÁDIO E NA TELEVISÃO

Art. 44. A propaganda eleitoral no rádio e na televisão restringe-se ao horário gratuito definido nesta Lei, vedada a veiculação de propaganda paga.

§ 1º A propaganda eleitoral gratuita na televisão deverá utilizar a Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS ou o recurso de legenda, que deverão constar obrigatoriamente do material entregue às emissoras. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009*)

§ 2º No horário reservado para a propaganda eleitoral, não se permitirá utilização comercial ou propaganda realizada com a intenção, ainda que disfarçada ou subliminar, de promover marca ou produto. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009*)

§ 3º Será punida, nos termos do § 1º do art. 37, a emissora que, não autorizada a funcionar pelo poder competente, veicular propaganda eleitoral. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009*)

Art. 45. Encerrado o prazo para a realização das convenções no ano das eleições, é vedado às emissoras de rádio e televisão, em sua programação normal e em seu noticiário: (*“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015*)

I - transmitir, ainda que sob a forma de entrevista jornalística, imagens de realização de pesquisa ou qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral em que seja possível identificar o entrevistado ou em que haja manipulação de dados;

II - usar trucagem, montagem ou outro recurso de áudio ou vídeo que, de qualquer forma, degradem ou ridicularizem candidato, partido ou coligação, ou produzir ou veicular programa com esse efeito;

III - veicular propaganda política ou difundir opinião favorável ou contrária a candidato, partido, coligação, a seus órgãos ou representantes;

IV - dar tratamento privilegiado a candidato, partido ou coligação;

V - veicular ou divulgar filmes, novelas, minisséries ou qualquer outro programa com alusão ou crítica a candidato ou partido político, mesmo que dissimuladamente, exceto programas jornalísticos ou debates políticos;

VI - divulgar nome de programa que se refira a candidato escolhido em convenção, ainda quando preexistente, inclusive se coincidente com o nome do candidato ou com a variação nominal por ele adotada. Sendo o nome do programa o mesmo que o do candidato, fica proibida a sua divulgação, sob pena de cancelamento do respectivo registro.

§ 1º A partir de 30 de junho do ano da eleição, é vedado, ainda, às emissoras transmitir programa apresentado ou comentado por pré-candidato, sob pena, no caso de sua escolha na convenção partidária, de imposição da multa prevista no § 2º e de cancelamento do registro da candidatura do beneficiário. ([Parágrafo com redação dada pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015](#))

§ 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 vinte mil a cem mil UFIR, duplicada em caso de reincidência.

§ 3º ([Revogado pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009](#))

§ 4º Entende-se por trucagem todo e qualquer efeito realizado em áudio ou vídeo que degradar ou ridicularizar candidato, partido político ou coligação, ou que desvirtuar a realidade e beneficiar ou prejudicar qualquer candidato, partido político ou coligação. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009](#))

§ 5º Entende-se por montagem toda e qualquer junção de registros de áudio ou vídeo que degradar ou ridicularizar candidato, partido político ou coligação, ou que desvirtuar a realidade e beneficiar ou prejudicar qualquer candidato, partido político ou coligação. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009](#))

§ 6º É permitido ao partido político utilizar na propaganda eleitoral de seus candidatos em âmbito regional, inclusive no horário eleitoral gratuito, a imagem e a voz de candidato ou militante de partido político que integre a sua coligação em âmbito nacional. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009](#))

DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 105. Até o dia 5 de março do ano da eleição, o Tribunal Superior Eleitoral, atendendo ao caráter regulamentar e sem restringir direitos ou estabelecer sanções distintas das previstas nesta Lei, poderá expedir todas as instruções necessárias para sua fiel execução, ouvidos, previamente, em audiência pública, os delegados ou representantes dos partidos políticos. ([“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009](#))

§ 1º O Tribunal Superior Eleitoral publicará o código orçamentário para o recolhimento das multas eleitorais ao Fundo Partidário, mediante documento de arrecadação correspondente.

§ 2º Havendo substituição da UFIR por outro índice oficial, o Tribunal Superior Eleitoral procederá à alteração dos valores estabelecidos nesta Lei pelo novo índice.

§ 3º Serão aplicáveis ao pleito eleitoral imediatamente seguinte apenas as resoluções publicadas até a data referida no *caput*. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009](#))

Art. 105-A. Em matéria eleitoral, não são aplicáveis os procedimentos previstos na Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985. ([Artigo acrescido pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009](#))

Art. 106. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 107. Revogam-se os arts. 92, 246, 241, 250, 322, 328, 329, 333 e o parágrafo

único do art. 106 da Lei nº 4.737, de 15 de julho de 1965 - Código Eleitoral; o 4º do art. 39 da Lei nº 9.096, de 19 de setembro de 1995; o § 2º do art. 50 e o § 1º do art. 64 da Lei nº 9.100, de 29 de setembro de 1995; e o § 2º do art. 7º do Decreto-Lei nº 201, de 27 de fevereiro de 1967.

Brasília, 30 de setembro de 1997; 176º da Independência e 109º da República.

MARCO ANTONIO DE OLIVEIRA MACIEL
Iris Rezende

FIM DO DOCUMENTO