



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 5.715, DE 2005

(Do Sr. Chico Alencar)

Altera os artigos 38, 42 e 47 da Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997, dispondo sobre a distribuição de brindes nas campanhas eleitorais, a utilização de outdoors e a propaganda eleitoral na TV.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-5678/2005.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O art. 38 da Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997, passa a vigorar acrescido do seguinte Parágrafo único:

“Art. 38.....

Parágrafo único. É vedada, a partir de 5 julho do ano da eleição, a distribuição de brindes como chaveiros, canetas, réguas, porta-títulos e qualquer material não-impresso que contenha propaganda de partido ou candidato, exceto camisetas e buttons (NR)”.

Art. 2º O art. 42 da Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 42. A propaganda por meio de outdoors somente é permitida após a realização de sorteio pela Justiça Eleitoral, versando sobre as propostas partidárias de candidatos majoritários e proporcionais, não podendo estes terem uma quantidade superior de outdoors aos primeiros.

.....

§ 2º Os locais destinados à propaganda eleitoral deverão ser assim distribuídos:

I – quarenta por cento, entre os partidos e coligações que tenham candidato a Presidente da República;

II – quarenta por cento, entre os partidos e coligações que tenham candidatos a Governador e a Senador;

III – vinte por cento entre os partidos e coligações que tenham candidato a Deputado Federal, Estadual ou Distrital, exclusivamente para divulgação das propostas partidárias;

IV – nas eleições municipais, sessenta por cento entre os partidos que tenham candidato a Prefeito e quarenta por cento

entre os que tenham candidato a Vereador, neste último caso exclusivamente para divulgação das propostas partidárias.

.....(NR)”

Art. 3º O art. 47 da Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997, passa a vigorar acrescido do seguinte § 7º:

“Art. 47.....

§ 7º Na veiculação do horário eleitoral gratuito destinado aos partidos é vedado utilizar gravações externas, montagens ou trucagens, computação gráfica, desenhos animados e efeitos especiais, sendo permitida, exclusivamente, a exibição de imagens gravadas em estúdio (NR)”.

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O Projeto de Lei que ora apresentamos para apreciação desta Casa tem como propósito principal reduzir os custos das campanhas eleitorais no país, uma das mais caras do mundo. As recentes denúncias divulgadas pela imprensa apontam, em sua esmagadora maioria, para esquemas ilegais de financiamento de campanhas dos partidos e candidatos.

Se, de um lado, precisamos desenvolver mecanismos mais eficazes de controle e fiscalização das doações e da aplicação dos recursos recebidos por partidos e candidatos, por outro, é razoável pensar em formas eficazes para reduzir os custos das campanhas eleitorais. Assim, entendemos, estaremos promovendo a maior igualdade na competição eleitoral e reduzindo o peso excessivo do poder econômico, estreitamente vinculado às fraudes no financiamento das campanhas.

As modificações que estamos propondo na Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997, procuram reduzir os custos das campanhas em três itens: a) proibição da distribuição de brindes como chaveiros, canetas, régua, porta-títulos e qualquer material não-impresso que contenha propaganda de partido ou candidato, exceto camisetas e *buttons*; b) vedação da utilização *outdoors* para as candidaturas

proporcionais; c) proibição da utilização de imagens externas e de efeitos especiais no horário eleitoral gratuito destinado aos partidos.

Nas três situações, manifesta-se, de forma evidente, a oportunidade para que os partidos e candidatos com acesso a vultosos recursos para financiamento de suas campanhas eleitorais possam se beneficiar dessa importante vantagem. Pois os brindes, os *outdoors* para candidaturas proporcionais e os elaborados programas televisivos só podem ser pagos pelos partidos e candidatos mais abastados.

Na distribuição de brindes, mais caros do que os materiais impressos e as camisetas e *buttons*, fica claro que os materiais distribuídos têm alguma utilidade para o eleitor. Na medida em que os referidos brindes situam-se no terreno dúbio entre a propaganda e o clientelismo, pois distribui-se algum tipo de benefício material para o eleitor carente, é mais prudente que o legislador proíba tal prática.

No caso dos *outdoors*, optamos por vedar sua utilização pelas candidaturas proporcionais. Pelo seu alto custo, apenas os candidatos a Deputado Federal, Estadual, Distrital ou Vereador que contem com grandes somas podem arcar com a elaboração e divulgação de *outdoor* personalizado. Esse meio de divulgação será utilizado mais adequadamente se ficar reservado à propaganda partidária e das candidaturas às eleições majoritárias.

Finalmente, também estamos procurando reduzir os custos, bastante expressivos, com a elaboração dos programas destinados à veiculação no Horário Eleitoral Gratuito na TV. Permitindo apenas imagens gravadas em estúdio, estamos promovendo a maior igualdade entre todos os partidos, na medida em que um dos principais custos dos programas eleitorais é a gravação de imagens externas e a elaboração de sofisticados efeitos especiais (montagens, trucagens e utilização de computação gráfica).

Em vista do exposto, contamos com o apoio dos nobres pares na aprovação do presente Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 09 de agosto de 2005.

Deputado CHICO ALENCAR

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI

LEI Nº 9.504, DE 30 DE SETEMBRO DE 1997

Estabelece Normas para as
Eleições.

.....

Da Propaganda Eleitoral em Geral

.....

Art. 38. Independe da obtenção de licença municipal e de autorização da Justiça Eleitoral a veiculação de propaganda eleitoral pela distribuição de folhetos, volantes e outros impressos, os quais devem ser editados sob a responsabilidade do partido, coligação ou candidato.

Art. 39. A realização de qualquer ato de propaganda partidária ou eleitoral, em recinto aberto ou fechado, não depende de licença da polícia.

§ 1º O candidato, partido ou coligação promotora do ato fará a devida comunicação à autoridade policial em, no mínimo, vinte e quatro horas antes de sua realização, a fim de que esta lhe garanta, segundo a prioridade do aviso, o direito contra quem tencione usar o local no mesmo dia e horário.

§ 2º A autoridade policial tomará as providências necessárias à garantia da realização do ato e ao funcionamento do tráfego e dos serviços públicos que o evento possa afetar.

§ 3º O funcionamento de alto-falantes ou amplificadores de som, ressalvada a hipótese contemplada no parágrafo seguinte, somente é permitido entre as oito e as vinte e duas horas, sendo vedados a instalação e o uso daqueles equipamentos em distância inferior a duzentos metros:

I - das sedes dos Poderes Executivo e Legislativo da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, das sedes dos Tribunais Judiciais, e dos quartéis e outros estabelecimentos militares;

II - dos hospitais e casas de saúde;

III - das escolas, bibliotecas públicas, igrejas e teatros, quando em funcionamento.

§ 4º A realização de comícios é permitida no horário compreendido entre as oito e as vinte e quatro horas.

§ 5º Constituem crimes, no dia da eleição, puníveis 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 cinco mil a quinze mil UFIR:

I - o uso de alto-falantes e amplificadores de som ou a promoção de comício ou carreata;

II - a distribuição de material de propaganda política, inclusive volantes e outros impressos, ou a prática de aliciamento, coação ou manifestação tendentes a influir na vontade do eleitor.

Da Propaganda Eleitoral Mediante "outdoors"

Art. 42. A propaganda por meio de "outdoors" somente é permitida após a realização de sorteio pela Justiça Eleitoral.

§ 1º As empresas de publicidade deverão relacionar os pontos disponíveis para a veiculação de propaganda eleitoral em quantidade não inferior à metade do total dos espaços existentes no território municipal.

§ 2º Os locais destinados à propaganda eleitoral deverão ser assim distribuídos:

I - trinta por cento, entre os partidos e coligações que tenham candidato a Presidente da República;

II - trinta por cento, entre os partidos e coligações que tenham candidato a Governador e a Senador;

III - quarenta por cento, entre os partidos e coligações que tenham candidatos a Deputado Federal, Estadual ou Distrital;

IV - nas eleições municipais, metade entre os partidos e coligações que tenham candidato a Prefeito e metade entre os que tenham candidato a Vereador.

§ 3º Os locais a que se refere o parágrafo anterior deverão dividir-se em grupos eqüitativos de pontos com maior e menor impacto visual, tantos quantos forem os partidos e coligações concorrentes, para serem sorteados e usados durante a propaganda eleitoral.

§ 4º A relação dos locais com a indicação dos grupos mencionados no parágrafo anterior deverá ser entregue pelas empresas de publicidade aos Juízes Eleitorais, nos Municípios, e ao Tribunal Regional Eleitoral, nas Capitais, até o dia 25 de junho do ano da eleição.

§ 5º Os Tribunais Regionais Eleitorais encaminharão à publicação, na imprensa oficial, até o dia 8 de julho, a relação de partidos e coligações que requereram registro de candidatos, devendo o sorteio a que se refere o caput ser realizado até o dia 10 de julho.

§ 6º Para efeito do sorteio, equipara-se a coligação a um partido, qualquer que seja o número de partidos que a integrem.

§ 7º Após o sorteio, os partidos e coligações deverão comunicar às empresas, por escrito, como usarão os "outdoors" de cada grupo dos mencionados no § 3º, com especificação de tempo e quantidade.

§ 8º Os "outdoors" não usados deverão ser redistribuídos entre os demais concorrentes interessados, fazendo-se novo sorteio, se necessário, a cada renovação.

§ 9º Os partidos e coligações distribuirão, entre seus candidatos, os espaços que lhes couberem.

§ 10. O preço para a veiculação da propaganda eleitoral de que trata este artigo não poderá ser superior ao cobrado normalmente para a publicidade comercial.

§ 11. A violação do disposto neste artigo sujeita a empresa responsável, os partidos, coligações ou candidatos, à imediata retirada da propaganda irregular e ao pagamento de multa no valor de cinco mil a quinze mil UFIR.

Da Propaganda Eleitoral na Imprensa

Art. 43. É permitida, até o dia das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, de propaganda eleitoral, no espaço máximo, por edição, para cada candidato, partido ou coligação, de um oitavo de página de jornal padrão e um quarto de página de revista ou tablóide.

Parágrafo único. A inobservância dos limites estabelecidos neste artigo sujeita os responsáveis pelos veículos de divulgação e os partidos, coligações ou candidatos beneficiados, a multa no valor de mil a dez mil UFIR ou equivalente ao da divulgação da propaganda paga, se este for maior.

Da Propaganda Eleitoral no Rádio e na Televisão

.....

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

§ 1º A propaganda será feita:

I - na eleição para Presidente da República, às terças e quintas-feiras e aos sábados:

a) das sete horas às sete horas e vinte e cinco minutos e das doze horas às doze horas e vinte e cinco minutos, no rádio;

b) das treze horas às treze horas e vinte e cinco minutos e das vinte horas e trinta minutos às vinte horas e cinquenta e cinco minutos, na televisão;

II - nas eleições para Deputado Federal, às terças e quintas-feiras e aos sábados:

a) das sete horas e vinte e cinco minutos às sete horas e cinquenta minutos e das doze horas e vinte e cinco minutos às doze horas e cinquenta minutos, no rádio;

b) das treze horas e vinte e cinco minutos às treze horas e cinquenta minutos e das vinte horas e cinquenta e cinco minutos às vinte e uma horas e vinte minutos, na televisão;

III - nas eleições para Governador de Estado e do Distrito Federal, às segundas, quartas e sextas-feiras:

a) das sete horas às sete horas e vinte minutos e das doze horas às doze horas e vinte minutos, no rádio;

b) das treze horas às treze horas e vinte minutos e das vinte horas e trinta minutos às vinte horas e cinquenta minutos, na televisão;

IV - nas eleições para Deputado Estadual e Deputado Distrital, às segundas, quartas e sextas-feiras:

a) das sete horas e vinte minutos às sete horas e quarenta minutos e das doze horas e vinte minutos às doze horas e quarenta minutos, no rádio;

b) das treze horas e vinte minutos às treze horas e quarenta minutos e das vinte horas e cinquenta minutos às vinte e uma horas e dez minutos, na televisão;

V - na eleição para Senador, às segundas, quartas e sextas-feiras:

a) das sete horas e quarenta minutos às sete horas e cinquenta minutos e das doze horas e quarenta minutos às doze horas e cinquenta minutos, no rádio;

b) das treze horas e quarenta minutos às treze horas e cinquenta minutos e das vinte e uma horas e dez minutos às vinte e uma horas e vinte minutos, na televisão;

VI - nas eleições para Prefeito e Vice-Prefeito, às segundas, quartas e sextas-feiras:

a) das sete horas às sete horas e trinta minutos e das doze horas às doze horas e trinta minutos, no rádio;

b) das treze horas às treze horas e trinta minutos e das vinte horas e trinta minutos às vinte e uma horas, na televisão;

VII - nas eleições para Vereador, às terças e quintas-feiras e aos sábados, nos mesmos horários previstos no inciso anterior.

§ 2º Os horários reservados à propaganda de cada eleição, nos termos do parágrafo anterior, serão distribuídos entre todos os partidos e coligações que tenham candidato e representação na Câmara dos Deputados, observados os seguintes critérios:

I - um terço, igualmente;

II - dois terços, proporcionalmente ao número de representantes na Câmara dos Deputados, considerado, no caso de coligação, o resultado da soma do número de representantes de todos os partidos que a integram.

§ 3º Para efeito do disposto neste artigo, a representação de cada partido na Câmara dos Deputados será a existente na data de início da legislatura que estiver em curso.

§ 4º O número de representantes de partido que tenha resultado de fusão ou a que se tenha incorporado outro corresponderá à soma dos representantes que os partidos de origem possuíam na data mencionada no parágrafo anterior.

§ 5º Se o candidato a Presidente ou a Governador deixar de concorrer, em qualquer etapa do pleito, e não havendo a substituição prevista no art. 13 desta Lei, far-se-á nova distribuição do tempo entre os candidatos remanescentes.

§ 6º Aos partidos e coligações que, após a aplicação dos critérios de distribuição referidos no caput, obtiverem direito a parcela do horário eleitoral inferior a trinta segundos, será assegurado o direito de acumulá-lo para uso em tempo equivalente.

Art. 48. Nas eleições para Prefeitos e Vereadores, nos Municípios em que não haja emissora de televisão, os órgãos regionais de direção da maioria dos partidos participantes do pleito poderão requerer à Justiça Eleitoral que reserve dez por cento do tempo destinado à propaganda eleitoral gratuita para divulgação em rede da propaganda dos candidatos desses Municípios, pelas emissoras geradoras que os atingem.

§ 1º A Justiça Eleitoral regulamentará o disposto neste artigo, dividindo o tempo entre os candidatos dos Municípios vizinhos, de forma que o número máximo de Municípios a serem atendidos seja igual ao de emissoras geradoras disponíveis.

§ 2º O disposto neste artigo aplica-se às emissoras de rádio, nas mesmas condições.

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO
