



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 38-A, DE 2007

(Do Sr. Roberto Magalhães)

Revoga o § 8º do art. 39 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), acrescido pela Lei nº 11.300, de 10 de maio de 2006, e acrescenta o art. 42-A à Lei nº 9.504, de 1997, dispondo sobre a propaganda eleitoral mediante outdoors; tendo parecer da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania, pela constitucionalidade, juridicidade, técnica legislativa e, no mérito, pela aprovação, com substitutivo (relator: DEP. COLBERT MARTINS).

DESPACHO:

À COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA
(MÉRITO E ART. 54, RICD)

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

S U M Á R I O

I – Projeto inicial

II – Na Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania:

- Parecer do relator
- Complementação de voto
- Substitutivo oferecido pelo relator
- Parecer da Comissão
- Substitutivo adotado pela Comissão
- Voto em separado

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a propaganda eleitoral mediante *outdoors*, revogando o § 8º do art. 39 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), acrescido pela Lei nº 11.300, de 10 de maio de 2006, e acrescenta o art. 42-A à Lei nº 9.504, de 1997.

Art. 2º Fica acrescido à Lei nº 9.504, de 1997, o art. 42-A, com a seguinte redação:

“Art. 42-A 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 candidatos a Presidente da República;

II – trinta por cento, entre os partidos e coligações que tenham candidato a Governador e 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 § 2º 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 campanha eleitoral.

§ 4º A relação dos locais com a indicação dos grupos mencionados no § 3º deverá ser entregue pelas empresas de publicidade ao Tribunal Regional Eleitoral, nas Capitais, e aos Juízes Eleitorais, nos demais Municípios, 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

dos 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 R\$ 1.000,00 (um mil) a R\$ 15.000,00 (quinze mil reais).

§ 12. As disposições constantes deste artigo aplicam-se aos *outdoors* eletrônicos, adotadas as seguintes providências:

I – as empresas de publicidade deverão relacionar os horários disponíveis para a veiculação de propaganda eleitoral, os quais não poderão representar a metade do respectivo tempo de funcionamento diário;

II – os horários com maior e menor impacto sobre os passantes deverão ser divididos eqüitativamente, em tantos quantos forem os partidos e as coligações concorrentes, para serem sorteados e usados durante a propaganda eleitoral.

§ 13. Havendo segundo turno da eleição, não ocorrerá novo sorteio para distribuição de *outdoors*, cabendo aos candidatos os que lhes tenham sido destinados no primeiro turno. (NR)”

Art. 3º . Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 4º Fica revogado o § 8º do art. 39 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, acrescido pela Lei nº 11.300, de 10 de maio de 2006.

JUSTIFICAÇÃO

A Lei nº 11.300, de 10 de maio de 2006, foi editada com o intuito de reduzir os gastos das campanhas eleitorais. A proibição de *outdoors*, por ela adotada, entretanto, sem sombra de dúvida, restringiu, de maneira drástica, a comunicação dos candidatos com seus eleitores.

No caso dos candidatos a cargos majoritários, nas eleições passadas, a proibição do uso de *outdoors* pôde ser compensada pela propaganda eleitoral no horário dito gratuito de propaganda eleitoral, veiculado pelo rádio e pela televisão.

Os candidatos às eleições proporcionais, no entanto, sofreram sensível prejuízo na divulgação de seus nomes, vez que, pelo seu elevado número, a propaganda gratuita pelo rádio e TV mostrou-se insuficiente, como, aliás, sempre foi.

O argumento de que o *outdoor* seria um meio caro de propaganda e que só beneficiaria os candidatos ricos revelou-se o contrário.

A tentativa frustrada de substituir os outdoors por cartazes de, no máximo, quatro metros quadrados, e pela permitida propaganda paga em jornais elevou muitíssimo os gastos dos que pretendiam uma comunicação mais ampla.

A proibição não atingiu seus objetivos. Nem diminuiu os custos das campanhas, nem permitiu uma maciça e democrática divulgação dos nomes dos candidatos às eleições proporcionais.

Em suma, a emenda da Câmara aprovada pelo Senado e sancionada pelo Presidente da República, abolindo a propaganda eleitoral mediante *outdoors*, constitui-se em medida, *data venia*, pouco racional e democrática.

Por essas razões, que são do conhecimento de quantos disputaram as recentes eleições, espera o autor do presente projeto o apoio de seus pares para sua aprovação e conversão em lei, como medida de aperfeiçoamento dos nossos costumes eleitorais.

Sala das Sessões, em 5 de fevereiro de 2007.

Deputado ROBERTO MAGALHÃES

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. 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 e a utilização de aparelhagem de sonorização fixa são permitidas no horário compreendido entre as 8 (oito) e as 24 (vinte e quatro) horas.

**§ 4º com redação dada pela Lei nº 11.300, de 10/05/2006.*

§ 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 arregimentação de eleitor ou a propaganda de boca de urna;

**Inciso II com redação dada pela Lei nº 11.300, de 10/05/2006.*

III - a divulgação de qualquer espécie de propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos, mediante publicações, cartazes, camisas, bonés, broches ou dísticos em vestuário.

**Inciso III acrescido pela Lei nº 11.300, de 10/05/2006.*

§ 6º É vedada na campanha eleitoral a confecção, utilização, distribuição por comitê, candidato, ou com a sua autorização, de camisetas, chaveiros, bonés, canetas, brindes, cestas básicas ou quaisquer outros bens ou materiais que possam proporcionar vantagem ao eleitor.

**§ 6º acrescido pela Lei nº 11.300, de 10/05/2006 .*

§ 7º É proibida a realização de *showmício* e de evento assemelhado para promoção de candidatos, bem como a apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício e reunião eleitoral.

**§ 7º acrescido pela Lei nº 11.300, de 10/05/2006.*

§ 8º É vedada a propaganda eleitoral mediante *outdoors*, sujeitando-se a empresa responsável, os partidos, coligações e candidatos à imediata retirada da propaganda irregular e ao pagamento de multa no valor de 5.000 (cinco mil) a 15.000 (quinze mil) UFIRs.

**§ 8º acrescido pela Lei nº 11.300, de 10/05/2006 .*

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 UFIR.

DA PROPAGANDA ELEITORAL MEDIANTE "OUTDOORS"

Art. 42. (Revogado pela Lei nº 11.300, de 10/05/2006)

DA PROPAGANDA ELEITORAL NA IMPRENSA

Art. 43. É permitida, até a antevéspera 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.

**Artigo, caput, com redação dada pela Lei nº 11.300, de 10/05/2006.*

Parágrafo único. A inobservância do disposto neste artigo sujeita os responsáveis pelos veículos de divulgação e os partidos, coligações ou candidatos beneficiados a multa no valor de R\$ 1.000,00 (mil reais) a R\$ 10.000,00 (dez mil reais) ou equivalente ao da divulgação da propaganda paga, se este for maior.

**§ único com redação dada pela Lei nº 11.300, de 10/05/2006 .*

COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA

I - RELATÓRIO

O projeto de lei em epígrafe visa à revogar o § 8º do art. 39 e acrescentar o art. 42-A à Lei nº 9.504, de 1997. Trata-se, em verdade, de revigorar o antigo 42 que dispunha sobre a propaganda eleitoral mediante *outdoors*.

A proposta é uma reprodução do referido artigo. De novo, traz a atualização da multa por violação ao disposto no artigo conforme dispõe o § 11.

É também acrescida a possibilidade de veiculação de propaganda por meio de *outdoors* eletrônicos, devendo as empresas de publicidade relacionar os horários disponíveis para a veiculação de propaganda eleitoral, os quais não poderão representar a metade do respectivo tempo de funcionamento diário; os horários com maior e menor impacto sobre os passantes deverão ser divididos equitativamente, em tantos quantos forem os partidos e as coligações concorrentes, para serem sorteados e usados durante a propaganda eleitoral.

A proposição estabelece, ainda, que, havendo segundo turno da eleição, não ocorrerá novo sorteio para distribuição de *outdoors*, cabendo aos candidatos os que lhes tenham sido destinados no primeiro turno.

O autor argumenta que a Lei nº 11.300, de 10 de maio de 2006, foi editada com o intuito de reduzir os gastos das campanhas eleitorais, mas a proibição de *outdoors*, por ela adotada, “restringiu, de maneira drástica, a comunicação dos candidatos com seus eleitores”.

Durante o prazo regimental, não foram apresentadas emendas à proposição.

II - VOTO DO RELATOR

Conforme determina o art. 32, inciso IV, alíneas a,e do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, cumpre a esta Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania se pronunciar acerca da constitucionalidade, juridicidade, técnica legislativa e mérito do Projeto de Lei nº 38, de 2007.

Estão obedecidos os requisitos constitucionais relativos à competência da União (art. 21, I, CF), às atribuições do Congresso Nacional (art. 48, *caput*, CF) e à iniciativa, neste caso, ampla e não reservada (art. 61, *caput*, CF).

De outro lado, constatamos que o projeto não contraria preceitos ou princípios da Constituição em vigor, nada havendo, pois, a objetar no tocante à sua constitucionalidade material.

Quanto à juridicidade, nada a opor.

A técnica legislativa e a redação empregadas estão adequadas, conformando-se perfeitamente às normas estabelecidas pela Lei Complementar nº 95, de 1998, alterada pela Lei Complementar nº 107, de 2001.

No que concerne ao mérito, concordamos com os argumentos trazidos pelo autor a respeito da elevação dos custos de campanhas e da restrição à divulgação dos nomes dos candidatos.

De fato, os candidatos às eleições proporcionais sofreram prejuízo na divulgação de seus nomes, vez que, pelo seu elevado número, a propaganda gratuita pelo rádio e TV mostrou-se insuficiente.

Por outro lado, a tentativa de substituir os *outdoors* por cartazes de, no máximo, quatro metros quadrados, e pela propaganda paga em jornais elevou bastante os gastos dos que pretendiam uma comunicação mais ampla. O argumento de que o *outdoor* seria um meio caro de propaganda e que só beneficiaria os candidatos ricos revelou-se o contrário.

A proposição, por seu turno, inova ao disciplinar a veiculação de propaganda por meio de *outdoors* eletrônicos, estabelecendo, de forma democrática, que os horários com maior e menor impacto sobre os passantes deverão ser divididos equitativamente, em tantos quantos forem os partidos e as coligações concorrentes, para serem sorteados e usados durante a propaganda eleitoral.

Diante do exposto, nosso voto é no sentido da constitucionalidade, juridicidade e boa técnica legislativa e, no mérito, pela aprovação do Projeto de Lei nº 38, de 2007.

Sala da Comissão, em 16 de abril de 2007.

Deputado Colbert Martins
Relator

COMPLEMENTAÇÃO DE VOTO

Em razão de sugestão do Dep. Geraldo Pudim, apresento nova Complementação de Voto retirando a limitação de carros de som por habitantes, constante da alteração do art. 39, deixando assim o assunto para discussão em Plenário.

Nestes termos, segue em anexo a redação do substitutivo com as alterações acatadas na Sessão.

Sala das Comissões, 16 de agosto de 2007

Dep. Colbert Martins
Relator

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI N.º 38, DE 2007

Altera os arts. 37 e 39 da Lei n.º 9.504, de 30 de setembro de 1997, revoga o § 8º do art. 39, acrescido pela Lei n.º 11.300, de 10 de maio de 2006, e acrescenta o art. 42-A, dispondo sobre a propaganda eleitoral mediante *outdoors*.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a propaganda eleitoral mediante *outdoors*, revogando o § 8º do art. 39 da Lei n.º 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), acrescido pela Lei n.º 11.300, de 10 de maio de 2006, altera os arts. 37 e 39 e acrescenta o art. 42-A à Lei n.º 9.504, de 1997.

Art. 2º Os arts. 37 e 39 da Lei n.º 9.504, de 30 de setembro de 1997 – Lei das Eleições -, passam a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 37.

§ 2º Nos muros, empenas, fachadas e telhados de bens particulares é vedada a veiculação de propaganda eleitoral por meio da fixação de faixas, placas, cartazes, pinturas, inscrições ou assemelhados.

§ 4º No caso de veículos, permitir-se-á exclusivamente a aplicação de adesivos nas áreas envidraçadas e a utilização de bandeirolas, observadas as disposições da Lei n.º 9.503, de 23 de setembro de 1997 – Código de Trânsito Brasileiro.”(NR)

Art. 39.

§ 9º. Para os efeitos do § 8º deste artigo, assemelham-se a **outdoors** as placas, **banners**, painéis fotográficos e assemelhados, instalados sobre veículos estacionados ou em movimento.

§ 10 – fica vedada a utilização de trios-elétricos, mini-trios-elétricos e assemelhados em campanhas eleitorais.”(NR)

Art. 3º Fica acrescido à Lei n.º 9.504, de 1997 o Art. 42^A com a seguinte redação;

“Art. 42-A A propaganda por meio de *outdoors* somente é permitida após a realização de sorteio pela Justiça Eleitoral e se encerrará na antevéspera das eleições.

§ 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 candidatos a Presidente da República;

II – trinta por cento, entre os partidos e coligações que tenham candidato a Governador e 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 § 2º deverão dividir-se em grupos equitativos de pontos com maior e menor impacto visual, tantos quantos forem os partidos e coligações concorrentes, para serem sorteados e usados durante a campanha eleitoral.

§ 4º A relação dos locais com a indicação dos grupos mencionados no § 3º deverá ser entregue pelas empresas de publicidade ao Tribunal Regional Eleitoral, nas Capitais, e aos Juizes Eleitorais, nos demais Municípios, 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 dos 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 não serão redistribuídos entre os demais concorrentes.

§ 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 R\$ 1.000,00 (um mil) a R\$ 15.000,00 (quinze mil reais).

§ 12. As disposições constantes deste artigo aplicam-se aos *outdoors* eletrônicos, adotadas as seguintes providências:

I – as empresas de publicidade deverão relacionar os horários disponíveis para a veiculação de propaganda eleitoral, os quais não poderão representar a metade do respectivo tempo de funcionamento diário;

II – os horários com maior e menor impacto sobre os passantes deverão ser divididos eqüitativamente, em tantos quantos forem os partidos e as coligações concorrentes, para serem sorteados e usados durante a propaganda eleitoral.

§ 13. Havendo segundo turno da eleição, não ocorrerá novo sorteio para distribuição de *outdoors*, cabendo aos candidatos os que lhes tenham sido destinados no primeiro turno. (NR)”

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

Art. 5º Fica revogado o § 8º do art. 39 da Lei n.º 9.504, de 30 de setembro de 1997, acrescido pela Lei n.º 11.300, de 10 de maio de 2006.

Dep. Colbert Martins
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania, em reunião ordinária realizada hoje, opinou, contra o voto do Deputado Paulo Teixeira, pela constitucionalidade, juridicidade, técnica legislativa e, no mérito, pela aprovação, com substitutivo, do Projeto de Lei nº 38/2007, nos termos do Parecer, com complementação, do Relator, Deputado Colbert Martins. O Deputado Flávio Dino apresentou voto em separado.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Leonardo Picciani - Presidente, Mendes Ribeiro Filho, Neucimar Fraga e Marcelo Itagiba - Vice-Presidentes, Antonio Carlos Magalhães Neto, Benedito de Lira, Bonifácio de Andrada, Bruno Araújo, Carlos Bezerra, Ciro Gomes, Colbert Martins, Edmar Moreira, Edson Aparecido, Felipe Maia, Flávio Dino, Geraldo Pudim, Gerson Peres, João Paulo Cunha, José Eduardo Cardozo, José Mentor, Maria Lúcia Cardoso, Maurício Rands, Mauro Benevides, Mendonça Prado, Moreira Mendes,

Nelson Pellegrino, Nelson Trad, Odair Cunha, Paulo Teixeira, Regis de Oliveira, Roberto Magalhães, Ronaldo Cunha Lima, Sérgio Barradas Carneiro, Sérgio Brito, Silvinho Peccioli, Vilson Covatti, Vital do Rêgo Filho, Wolney Queiroz, Zenaldo Coutinho, Antonio Bulhões, Antônio Carlos Biffi, Arnaldo Faria de Sá, Beto Albuquerque, Carlos Abicalil, Chico Lopes, Décio Lima, Domingos Dutra, Edmilson Valentim, Eduardo Cunha, Eduardo Sciarra, Fernando Coruja, Gonzaga Patriota, Hugo Leal, José Carlos Aleluia, Matteo Chiarelli, Pinto Itamaraty, Ricardo Tripoli, Rubens Otoni, Sarney Filho, Veloso e William Woo.

Sala da Comissão, em 16 de agosto de 2007.

Deputado LEONARDO PICCIANI
Presidente

SUBSTITUTIVO ADOTADO - CCJC

Altera os arts. 37 e 39 da Lei n.º 9.504, de 30 de setembro de 1997, revoga o § 8º do art. 39, acrescido pela Lei n.º 11.300, de 10 de maio de 2006, e acrescenta o art. 42-A, dispondo sobre a propaganda eleitoral mediante *outdoors*.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a propaganda eleitoral mediante *outdoors*, revogando o § 8º do art. 39 da Lei n.º 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), acrescido pela Lei n.º 11.300, de 10 de maio de 2006, altera os arts. 37 e 39 e acrescenta o art. 42-A à Lei n.º 9.504, de 1997.

Art. 2º Os arts. 37 e 39 da Lei n.º 9.504, de 30 de setembro de 1997 – Lei das Eleições -, passam a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 37.

.....
§ 2º Nos muros, empenas, fachadas e telhados de bens particulares é vedada a veiculação de propaganda eleitoral por meio da fixação de faixas, placas, cartazes, pinturas, inscrições ou assemelhados.

.....
§ 4º No caso de veículos, permitir-se-á exclusivamente a aplicação de adesivos nas áreas envidraçadas e a utilização de bandeirolas, observadas as disposições da Lei n.º 9.503, de 23 de setembro de 1997 – Código de Trânsito Brasileiro.”(NR)

Art. 39.

§ 9º. Para os efeitos do § 8º deste artigo, assemelham-se a **outdoors** as placas, **banners**, painéis fotográficos e assemelhados, instalados sobre veículos estacionados ou em movimento.

§ 10 – fica vedada a utilização de trios-elétricos, mini-trios-elétricos e assemelhados em campanhas eleitorais.”(NR)

Art. 3º Fica acrescido à Lei n.º 9.504, de 1997 o Art. 42^A com a seguinte redação;

“Art. 42-A A propaganda por meio de *outdoors* somente é permitida após a realização de sorteio pela Justiça Eleitoral e se encerrará na antevéspera das eleições.

§ 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 candidatos a Presidente da República;

II – trinta por cento, entre os partidos e coligações que tenham candidato a Governador e 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 § 2º 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 campanha eleitoral.

§ 4º A relação dos locais com a indicação dos grupos mencionados no § 3º deverá ser entregue pelas empresas de publicidade ao Tribunal Regional Eleitoral, nas Capitais, e aos Juizes Eleitorais, nos demais Municípios, 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 dos 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 não serão redistribuídos entre os demais concorrentes.

§ 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 R\$ 1.000,00 (um mil) a R\$ 15.000,00 (quinze mil reais).

§ 12. As disposições constantes deste artigo aplicam-se aos *outdoors* eletrônicos, adotadas as seguintes providências:

I – as empresas de publicidade deverão relacionar os horários disponíveis para a veiculação de propaganda eleitoral, os quais não poderão representar a metade do respectivo tempo de funcionamento diário;

II – os horários com maior e menor impacto sobre os passantes deverão ser divididos equitativamente, em tantos quantos forem os partidos e as coligações concorrentes, para serem sorteados e usados durante a propaganda eleitoral.

§ 13. Havendo segundo turno da eleição, não ocorrerá novo sorteio para distribuição de *outdoors*, cabendo aos candidatos os que lhes tenham sido destinados no primeiro turno. (NR)”

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

Art. 5º Fica revogado o § 8º do art. 39 da Lei n.º 9.504, de 30 de setembro de 1997, acrescido pela Lei n.º 11.300, de 10 de maio de 2006.

Sala da Comissão, em 16 de agosto de 2007.

Deputado LEONARDO PICCIANI
Presidente

VOTO EM SEPARADO

O financiamento público das campanhas eleitorais, a meu ver, é a fórmula mais adequada a ser empregada com o fim de coibir a interferência do poder econômico na vida política do País. Por polêmica, entretanto, é matéria que deverá ser debatida pela sociedade e implementada progressivamente.

Nesse ínterim, faz-se necessário regular outra questão não menos delicada: o financiamento privado das campanhas eleitorais. Aqui, deve-se ter como objetivo diminuir e controlar a influência do poder econômico, a fim de reduzir as desigualdades que se vislumbram nas atuais campanhas eleitorais.

Com isso em mente, e com o objetivo de baratear as campanhas eleitorais, apresento este Voto em Separado, a fim de restringir os gastos relativos à propaganda, inclusive quanto à utilização de **outdoors**, carros-de-som, trios-elétricos e assemelhados, a exemplo das limitações impostas pela Lei nº 11.300, de 2006, que alterou a Lei nº 9.504, de 1997 – Lei Eleitoral.

Estas, portanto, as razões que me levaram a apresentar este voto, pelo que solicito aos nobres Pares o necessário apoioamento.

Sala da Comissão, 05 de junho de 2007.

Deputado FLÁVIO DINO
PCdoB/MA

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 38, DE 2007

Altera os arts. 37 e 39 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 – Lei das Eleições.

Art. 1º Os arts. 37 e 39 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 – Lei das Eleições -, passam a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 37.
.....

§ 2º É vedada, em bens particulares, inclusive em muros, empenas, fachadas e telhados, a veiculação de propaganda eleitoral por meio da fixação de faixas, placas, cartazes, pinturas, inscrições ou assemelhados.

.....

§ 4º No caso de veículos, permitir-se-á exclusivamente a aplicação de adesivos nas áreas envidraçadas e a utilização de bandeirolas, observadas as disposições da Lei nº 9.503, de 23 de setembro de 1997 – Código de Trânsito Brasileiro.”(NR)

“Art. 39.

.....

§ 6º É vedada na campanha eleitoral a confecção, utilização, distribuição por comitê, candidato, ou com o seu conhecimento, de camisetas, chaveiros, bonés, canetas, brindes, cestas básicas ou qualquer outros bens ou materiais que possam proporcionar vantagem ao eleitor.

.....

§ 9º Havendo utilização de equipamentos de projeção multimídia do tipo telão, **datashow** ou assemelhados, permitir-se-á exclusivamente a veiculação de imagens de candidatos e membros do respectivo partido político.

§ 10. Para os efeitos do § 8º deste artigo, assemelham-se a **outdoors** as placas, **banners**, painéis fotográficos e assemelhados, instalados sobre veículos estacionados ou em movimento.

§ 11. A utilização de carros-de-som por candidato somente será admitida na razão de um veículo para quinhentos mil eleitores registrados por circunscrição, permitindo-se, no mínimo dois e no máximo vinte carros-de-som, mediante alvará concedido pela Justiça Eleitoral.

I – caberá ao juiz eleitoral responsável pela fiscalização aplicar as penalidades descritas no § 5º deste artigo, em decorrência do descumprimento do disposto neste parágrafo;

II – fica vedada a utilização de trios-elétricos, mini-trios-elétricos e assemelhados em campanhas eleitorais.”(NR)

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

Sala da Comissão, 05 de junho de 2007.

Deputado FLÁVIO DINO

PCdoB/MA

FIM DO DOCUMENTO
