



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 4.357, DE 2008

(Da Sra. Manuela D'Ávila e do Sr. Flávio Dino)

Altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, dispondo sobre propaganda eleitoral na internet.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-2358/2000.

APRECIÇÃO:

Proposição sujeita à apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º O artigo 23 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, passa a vigorar com o seguinte inciso ao parágrafo 4º:

“Art. 23.

.....

§ 4º
.....

III – pagamentos com cartão de crédito, através da internet.” (NR)

Art. 2º O artigo 39 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, passa a vigorar acrescido com o seguinte parágrafo 9º:

“Art. 39.

.....

§ 9º É permitida a propaganda eleitoral na internet em qualquer ambiente da rede.” (NR)

Art. 3º O artigo 39 da Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997, passa a vigorar acrescido com o seguinte parágrafo 10º:

“Art. 39.

.....

§ 10 É vedado qualquer tipo de publicidade paga na internet, inclusive através de *banners* ou *pop ups*.” (NR)

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

JUSTIFICAÇÃO

Este Projeto tem por objetivo regulamentar a propaganda eleitoral realizada na internet. Com efeito, o advento da rede mundial de computadores e sua difusão

massiva na última década modificaram amplamente nossa sociedade e, portanto, a forma com que se faz política. Atualmente, a divulgação de informações é extremamente veloz por causa desse meio de comunicação e o sistema eleitoral se torna obsoleto à medida que ignora os benefícios que a internet pode trazer para a divulgação de candidatos, de suas informações, de suas idéias, de suas propostas.

Nas recentes eleições municipais, prevaleceu uma jurisprudência extremamente restritiva, baseada na equiparação da internet ao rádio e à televisão (que são concessões do poder público). O presente Projeto visa rever tal parâmetro e inaugurar um novo meio de propaganda amplamente admitido.

Em entrevista, o sociólogo Sérgio Amadeu, ex-presidente do Instituto Nacional de Tecnologia da Informação da Casa Civil da Presidência da República, assim se manifestou sobre a internet e as eleições¹:

6. Especialmente em função das eleições deste ano temos acompanhado diversas tentativas de "censura" ou "regulamentação" (dependendo do interlocutor) em relação ao conteúdo publicado na internet. Isto é necessário? Quais os riscos e consequências destas intervenções? De quem deve ser o papel de supervisionar abusos e ilegalidades na rede?

SA: Os abusos na rede são repelidos pela própria rede. Precisamos construir uma cidadania no cenário digital e ela pode requerer uma série de regulamentos que se tornem leis nacionais. Mas, a rede é transnacional e descentralizada. Ela requer mais governança que governo, mais participação da sociedade civil do que ação burocrática. No caso das eleições, o TSE errou ao querer impedir o uso das redes sociais, do orkut, do youtube, twitter, facebook, listas de discussão, etc., na campanha eleitoral. Tal proibição beneficia o poder econômico, pois retira todas as vantagens equalizadoras da rede. Além de ser de difícil aplicação, serve portanto aos usos arbitrários, e acaba protegendo os candidatos que temem a interatividade mais do que tudo. As redes digitais exigem interação, elas têm horror ao palanque e à proteção do demagogo.

¹ Fonte: blogue do Sérgio Amadeu.

A internet é um meio de comunicação extremamente barato e eficiente. Seu uso, portanto, pode reduzir consideravelmente os custos das campanhas eleitorais, de forma a fazer com que seja menos determinante a influência do poder econômico nas eleições. Por esse motivo, proibimos explicitamente a veiculação de propaganda paga na internet, por exemplo mediante *banners* ou *pop ups* em sites já conhecidos do grande público. Ademais, a internet não requer o uso de matéria-prima, permitindo a difusão interativa de informações em amplo alcance, de forma barata e limpa, sem a produção de lixo.

Por derradeiro como bem declarou Barack Obama: “Uma das minhas crenças mais fundamentais dos meus dias como líder comunitário é que mudanças reais vêm de baixo pra cima. E não há ferramenta mais poderosa para organizações locais que a Internet”.²

Ante o exposto, pedimos apoio aos nobres parlamentares desta Casa para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, em 25 de novembro de 2008.

Deputado Flávio Dino

Deputada Manuela d'Ávila

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 ARRECADAÇÃO E DA APLICAÇÃO DE RECURSOS NAS CAMPANHAS
ELEITORAIS**

.....

² Tradução livre de trecho do artigo “*The Facebooker Who Friendened Obama*”, de Brian Stelter, publicado na edição de 7 de julho de 2008 do New York Times, disponível em http://www.nytimes.com/2008/07/07/technology/07hughes.html?_r=1&em&ex=1215662400&en=b42e5dee84f4cbd&ei=5087%0A&oref=slogin.

Art. 23. A partir do registro dos comitês financeiros, pessoas físicas poderão fazer doações em dinheiro ou estimáveis em dinheiro para campanhas eleitorais, obedecido o disposto nesta Lei.

§ 1º As doações e contribuições de que trata este artigo ficam limitadas:

I - no caso de pessoa física, a dez por cento dos rendimentos brutos auferidos no ano anterior à eleição;

II - no caso em que o candidato utilize recursos próprios, ao valor máximo de gastos estabelecido pelo seu partido, na forma desta Lei.

§ 2º Toda doação a candidato específico ou a partido deverá fazer-se mediante recibo, em formulário impresso, segundo modelo constante do Anexo.

§ 3º A doação de quantia acima dos limites fixados neste artigo sujeita o infrator ao pagamento de multa no valor de cinco a dez vezes a quantia em excesso.

§ 4º As doações de recursos financeiros somente poderão ser efetuadas na conta mencionada no art. 22 desta Lei por meio de:

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

I - cheques cruzados e nominais ou transferência eletrônica de depósitos;

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

II - depósitos em espécie devidamente identificados até o limite fixado no inciso I do § 1º deste artigo.

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

§ 5º Ficam vedadas quaisquer doações em dinheiro, bem como de troféus, prêmios, ajudas de qualquer espécie feitas por candidato, entre o registro e a eleição, a pessoas físicas ou jurídicas.

**§ 5º acrescido pela Lei nº 11.300, de 10/05/2006.*

Art. 24. É vedado, a partido e candidato, receber direta ou indiretamente doação em dinheiro ou estimável em dinheiro, inclusive por meio de publicidade de qualquer espécie, procedente de:

I - entidade ou governo estrangeiro;

II - órgão da administração pública direta e indireta ou fundação mantida com recursos provenientes do Poder Público;

III - concessionário ou permissionário de serviço público;

IV - entidade de direito privado que receba, na condição de beneficiária, contribuição compulsória em virtude de disposição legal;

V - entidade de utilidade pública;

VI - entidade de classe ou sindical;

VII - pessoa jurídica sem fins lucrativos que receba recursos do exterior.

VIII - entidades beneficentes e religiosas;

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

IX - entidades esportivas que recebam recursos públicos;

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

X - organizações não-governamentais que recebam recursos públicos;

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

XI - organizações da sociedade civil de interesse público."

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

.....

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.

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO
