

## **PROJETO DE LEI N° 5.498, DE 2009**

**Altera a Lei nº 9.096, de 19 de setembro de 1995 (Lei dos Partidos Políticos) e a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que “estabelece normas para as eleições”.**

### **EMENDA N°**

Dê-se ao Art. 57-C da Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997, na forma proposta pelo Projeto de Lei nº 5.498/09, a seguinte redação:

Art. 57-C É permitida a divulgação paga por candidato, partido ou coligação de propaganda eleitoral na Internet.

§ 1º É vedada na Internet, ainda que gratuitamente, a veiculação de propaganda eleitoral em sítios, serviços web, ferramentas multimídia ou assemelhados, de caráter oficial, mantidos ou hospedados por órgãos ou entidades da administração pública direta ou indireta da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

§ 2º A violação do disposto neste artigo acarretará, quando for o caso, a suspensão immediata da conduta e sujeitará os responsáveis a multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais).

### **JUSTIFICAÇÃO**

O Projeto de Lei nº 5.498, de 2009, vem atualizar a legislação eleitoral brasileira frente aos avanços das tecnologias de informação e comunicação, permitindo e regulando a propaganda eleitoral na Internet. Corrige-se, assim, equívocos que vinham sendo observados na Justiça Eleitoral, onde algumas interpretações extremamente restritivas da legislação eleitoral vinham impedindo que candidatos, partidos e coligações divulgasse seus programas, projetos e idéias por meio da Internet e, mais grave, que os eleitores pudesse expressar e debater suas convicções políticas na Web. No ano em que o Brasil registra mais de 60 milhões de usuários

ativos de Internet e já integra todas as dimensões da vida dos brasileiros (as), o Projeto acertadamente reproxima os embates democráticos da vida comum do eleitor.

No entanto, ao prever a vedação de que candidatos, partidos e coligações veiculem propaganda paga na Internet, o Projeto de Lei estabelece injustificadamente um tratamento desigual entre a Internet e a imprensa, onde a primeira termina calaramente discriminada e prejudicada. Ora, nos dois casos trata-se de meios de comunicação de massa, que não se constituem como serviço público e que, portanto, não dependem de concessão pública para serem explorados. Não há base constitucional ou legal para estabelecer tal diferenciação, correndo-se o risco de violar o basilar Princípio Constitucional da Isonomia.

Por fim, vale ressaltar que atualmente o mercado de publicidade na Internet opera com valores muito mais baixos do que os praticados em outros meios de comunicação, estendendo o acesso a publicidade paga – possibilidade reconhecida desde os primórdios de nossa legislação eleitoral - àqueles que hoje não tem condições de pagar anúncios, tendendo a igualar as condições de competição entre os candidatos e partidos.

Sala das Sessões, de 2009

## Deputado Paulo Teixeira

PT/SP