



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 8.040, DE 2010 (Do Sr. Arnaldo Madeira)

Altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997; para proibir a contratação de cabos eleitorais mediante remuneração.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-6775/2006.

APRECIAÇÃO:
Proposição sujeita à apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL Art. 137, caput - RICD

A CÂMARA DOS DEPUTADOS resolve:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, para proibir a contratação remunerada de cabos eleitorais.

Art. 2º O art. 26 da Lei nº 9.504, de 1997, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 26.
.....
VII - remuneração ou gratificação de qualquer espécie a pessoal que preste serviços às candidaturas ou aos comitês eleitorais, **exceto na condição de cabo eleitoral;**
.....
Parágrafo único. Considera-se cabo eleitoral a pessoa designada para obter, captar ou influenciar votos em favor de partido político, coligação ou candidato mediante remuneração ou vantagem de qualquer natureza.
.....”(NR)

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

JUSTIFICAÇÃO

A República Federativa do Brasil tem por fundamento constitucional a soberania popular, que será exercida por sufrágio universal e pelo voto direto, secreto e universal. Não obstante a obrigatoriedade do voto, o Estado brasileiro constitui-se a partir de um sistema político que adere às mais modernas concepções de democracia representativa, cuja pedra angular reúne os alicerces da liberdade de escolha e da multiplicidade de opções – corolários, inclusive, do princípio do pluralismo político.

Uma democracia representativa, para ser exercida em sua plenitude, deve fundar-se na conscientização livre e espontânea dos cidadãos eleitores, a quem devem partidos políticos e candidatos lançar suas ideias e propostas com o intuito de influenciar, debater e convencer. Somente através do voto consciente é que a democracia brasileira atingirá sua maturidade. Esse é, aliás, tema de discussões, teses e doutrinas na Ciência Política e serve de inspiração para a organização da sociedade em entidades voltadas para o tema, como o Movimento Voto Consciente, uma associação sem fins lucrativos fundada em 1987.

No entanto, o que podemos observar, ao longo dessas duas décadas de redemocratização, passa ao largo do ideal de democracia: os eleitores que exercem conscientemente seu direito constitucional do voto representam ainda uma minoria da

sociedade. Muitas podem ser as razões para essa realidade: baixos níveis de educação, índices alarmantes de analfabetismo, desprezo ou desilusão pela classe política, regime eleitoral desigual e inadequado à realidade populacional brasileira, etc.

Na verdade, o sistema eleitoral está absolutamente viciado, pois parte de uma visão peculiar, porém realista: as eleições viraram um negócio; assim como o voto, um produto a ser comercializado. O eleitor não é mais visto como o titular de um direito, mas como proprietário de um bem e, tal como sucede em qualquer mercado de consumo, tornou-se um fator a mais a ser considerado no momento da projeção de gastos de campanha.

Com esse “mercado”, surgiu também a figura do agenciador ou prospector de votos, vulgarmente chamado de cabo eleitoral. Segundo o glossário eleitoral do Tribunal Superior Eleitoral, seu conceito abrange o “indivíduo encarregado de obter votos para certo partido ou candidato.” (CABO eleitoral. In: BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Thesaurus. 6. ed. rev. e ampl. Brasília: Secretaria de Documentação e Informação, 2006. p. 39).

Ora, pela sistemática atual, não há qualquer vedação à contratação de cabos eleitorais. Pelo contrário: é prática corriqueira, amplamente aceita e reconhecidamente importante para o desfecho positivo de uma boa campanha eleitoral. É, também, pouco regulada, encontrando apenas pequenas restrições quanto à sua atuação e quanto à natureza jurídica do vínculo contratual que rege os serviços prestados. Seja pelo critério quantitativo, seja qualitativo, o cabo eleitoral normalmente é remunerado por esse serviço, com base no seu poder de influência na obtenção de promessas de voto. Ou seja: quanto mais votos ou afiliados influenciar, maior é a sua remuneração. Por isso, ser cabo eleitoral, hoje, no Brasil, virou profissão sazonal.

Nesse contexto, ainda muito atual é o romance de Mário Palmério, intitulado “Vila dos Confins”, editado em 1956. Nessa obra, que “nasceu relatório, cresceu crônica e acabou romance”, o autor vale-se de personagens fictícios para apresentar a realidade da política brasileira. E, em determinada passagem, trata dos cabos eleitorais com fidelidade impressionante:

“Acontece, também, que Pé-de-Meia não quer saber de história: é cabo eleitoral alistarador de gente, pago por cabeça, e tem de mostrar serviço.

Primeiro, a conversa pacienciosa, amaciando o terreno; a luta, depois (...). Mas o cabo é jeitoso: não força, não insiste — espera. Tempo só de passar a gastura que a caneta sempre dá no principiante. (...) Quando o caboclo é ruim de ensino, Pé-de-Meia é quem enche todo o papel, borrando-o de propósito, errando de velhaco,

completando um perfeito e indiscutível requerimento de eleitor da roça. Mas, quando o cujo é jeitoso da moda do João Francisco, Pé-de-Meia prefere carregar-lhe a mão durante o serviço todo — do “Exmo. Sr. Doutor Juiz de Direito” até o “P.D.” que precede a assinatura. (...) João Soares estava com a razão. Eleição custa dinheiro. Um cabo eleitoral prático assim como o Pé-de-Meia garantia o serviço, mas cobrava vinte mil-réis por cabeça.”

É certo que realidade e ficção se confundem na literatura, mas a lição que se extrai dessa prática, enraizada na cultura brasileira há muito, é que não é benéfica para a democracia e não é benéfica para o País.

Precisamos de eleitores que votem com consciência, movidos por convicção ideológica, capazes de formular um juízo crítico de candidatos e de propostas, de tal sorte que, findas as eleições, esses mesmos cidadãos sejam capazes de acompanhar o trabalho dos eleitos e, assim, possam cobrar os resultados de seu desempenho e de sua atuação. Sem fiscalização do cidadão, a corrupção prosperará.

Se não seguirmos em direção ao voto consciente, nunca viveremos uma democracia plena. E um dos primeiros passos para atingir esse objetivo é acabar com a mercantilização do voto. O sistema vigente repudia a compra do voto, mas permite a sua influência por “profissional do ramo”. O fim, portanto, do cabo eleitoral profissional é medida que se impõe.

É necessário, por fim, destacar que nossa proposta não pretende acabar com a figura do cabo eleitoral. Sempre haverá espaço para os cabos eleitorais voluntários, motivados pelo sentimento de cidadania e democracia, que influenciam não pelo poder da moeda, mas pelo poder da palavra. Pretende-se tão somente encerrar a prática de contratação remunerada desse importante agente eleitoral.

Esperamos, portanto, poder contar com o apoio dos nobres pares.

Sala das Sessões, 21 de dezembro de 2010.

**Deputado ARNALDO MADEIRA
PSDB-SP**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI**

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 ARRECADAÇÃO E DA APLICAÇÃO DE RECURSOS NAS CAMPANHAS ELEITORAIS

Art. 26. São considerados gastos eleitorais, sujeitos a registro e aos limites fixados nesta Lei: ([“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 11.300, de 10/5/2006](#))

I - confecção de material impresso de qualquer natureza e tamanho;

II - propaganda e publicidade direta ou indireta, por qualquer meio de divulgação, destinada a conquistar votos;

III - aluguel de locais para a promoção de atos de campanha eleitoral;

IV - despesas com transporte ou deslocamento de candidato e de pessoal a serviço das candidaturas; ([Inciso com redação dada pela Lei nº 11.300, de 10/5/2006](#))

V - correspondência e despesas postais;

VI - despesas de instalação, organização e funcionamento de Comitês e serviços necessários às eleições;

VII - remuneração ou gratificação de qualquer espécie a pessoal que preste serviços às candidaturas ou aos comitês eleitorais;

VIII - montagem e operação de carros de som, de propaganda e assemelhados;

IX - a realização de comícios ou eventos destinados à promoção de candidatura;

([Inciso com redação dada pela Lei nº 11.300, de 10/5/2006](#))

X - produção de programas de rádio, televisão ou vídeo, inclusive os destinados à propaganda gratuita;

XI - ([Revogado pela Lei nº 11.300, de 10/5/2006](#))

XII - realização de pesquisas ou testes pré-eleitorais;

XIII - ([Revogado pela Lei nº 11.300, de 10/5/2006](#));

XIV - aluguel de bens particulares para veiculação, por qualquer meio, de propaganda eleitoral;

XV - custos com a criação e inclusão de sítios na Internet;

XVI - multas aplicadas aos partidos ou candidatos por infração do disposto na legislação eleitoral.

XVII - produção de *jingles*, vinhetas e *slogans* para propaganda eleitoral. ([Inciso acrescido pela Lei nº 11.300, de 10/5/2006](#))

Art. 27. Qualquer eleitor poderá realizar gastos, em apoio a candidato de sua preferência, até a quantia equivalente a um mil UFIR, não sujeitos a contabilização, desde que não reembolsados.

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO