

EMENDA Nº , DE 2009 - CCT
(PLC nº 141, de 2009)

“Dá nova redação ao *caput* e ao § 1º do art. 43 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, nos termos do art. 3º do PLC 141, de 2009:

“Art. 43. É permitida, até a antevéspera das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, e a reprodução na Internet do jornal impresso, de propaganda eleitoral, no espaço máximo, por edição, para cada candidato, partido ou coligação, de um 1/8 (um oitavo) de página de jornal padrão e ¼ (um quarto) de página de revista ou tablóide.

§ 1º. Para efeito do que faculta o *caput*, o órgão de imprensa deverá comunicar à Justiça Eleitoral, antes do início do período de propaganda eleitoral, a tabela de preços em vigor à data da edição.

.....(NR)”

JUSTIFICAÇÃO

O texto aprovado na Câmara dos Deputados, entre outras modificações, pretende alterar o art. 43 da lei eleitoral vigente (com a redação dada pela Lei nº 11.300, de 2006), ao intuito de limitar em até 10 anúncios a quantidade de mensagens de propaganda eleitoral por candidato, em cada edição de jornal, e ainda obrigar a divulgação, “de forma visível”, do valor pago no anúncio.

Trata-se de duas medidas que não primam pela razoabilidade e dissentem de princípios constitucionais, seja sob o prisma da liberdade de imprensa, seja na esfera da liberdade econômica e de mercado.

Ora, se na lei em vigor já há fixação do espaço máximo (mantido também pelo Projeto) em cada edição do órgão de imprensa, que pode ser objeto de mensagens publicitárias pelo mesmo candidato, não há razão bastante para limitar em dez as inserções.

Hoje, segundo a regra legal vigente, o candidato pode anunciar mais de uma vez, desde que não extrapole o tamanho máximo por edição de 1/8 ou ¼, dependendo do formato da mensagem. De tal

sorte que, a esse respeito, se afigura salutar apenas a possibilidade, acolhida no PLC nº 141, de 2009, de reproduzir na Internet o jornal impresso, rendendo ensejo à veiculação da mesma matéria eleitoral no ciberespaço.

Por outro lado, não se coaduna com a privacidade das relações contratuais, mormente em regime de mercado e em ambiente concorrencial, a obrigação de o veículo divulgar, no próprio anúncio, o valor pago pelo anunciante, pessoa física ou jurídica de direito privado para a inserção de sua propaganda.

Embora a matéria eleitoral se revista de interesse público prevalecente, a esse efeito a legislação em vigor não só parametriza os gastos como até monitora a realização de despesas com propaganda eleitoral, ao prever a prestação de contas de partidos e candidatos à Justiça Eleitoral – devendo limitar-se a tanto a interferência do Poder Público –, sob pena de se estabelecer uma forma abusiva de exposição pública de valores e relações comerciais, em torno de uma prestação de serviços de caráter privado.

De todo injustificável, pois, essa dúplice alteração que o PLC nº 141, de 2009, pretende introduzir no art. 43 da Lei nº 9.504, de 1997, traduzindo, antes que tudo, não um fator de aprimoramento no bojo da reforma eleitoral, mas a interferência excessiva contra a atividade de marketing político e as relações de mercado dos veículos de mídia impressa.

Propõe-se, assim, adequado disciplinamento na questão da transparência de preços praticados pelos órgãos de imprensa para a divulgação de propaganda paga, mediante comunicação da tabela de preços ao órgão competente da Justiça Eleitoral.

A presente emenda busca, justamente, consolidar as alterações acima colimadas, modificando, nesta parte, a proposta de redação para o art. 43 e seu § 1º da Lei nº 9.504/97, vertente do art. 3º do PLC nº 141/09

Sala das Comissões,

Senador Sérgio Zambiasi