



SENADO FEDERAL

PROJETO DE LEI

Nº 3945, DE 2020

Altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), para autorizar a propaganda paga mediante banners eletrônicos na Internet.

AUTORIA: Senador Eduardo Gomes (MDB/TO)



Página da matéria



SENADO FEDERAL

Gabinete do Senador Eduardo Gomes

SF/20350.29581-08

PROJETO DE LEI N° , DE 2020

Altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), para autorizar a propaganda paga mediante *banners* eletrônicos na Internet.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º A Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, passa a vigorar com as seguintes alterações:

“**Art. 26.**

XV – custos com a criação e inclusão de sítios na Internet e *banners* eletrônicos, e com o impulsionamento de conteúdos;

.....” (NR)

“**Art. 57-C.** É vedada a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na Internet, excetuados os seguintes meios de divulgação, desde que identificados de forma inequívoca como tais e contratados exclusivamente por partidos, coligações e candidatos e seus representantes:

I – impulsionamento de conteúdos;

II – *banners* eletrônicos.

§ 1º

I – de pessoas jurídicas, com ou sem fins lucrativos, ressalvada a hipótese de *banners* eletrônicos pagos;

.....

§ 4º Os *banners* eletrônicos devem estar hospedados, direta ou indiretamente, em provedor de aplicação de Internet estabelecido no país, e têm sua divulgação limitada a até 10 (dez) dias, consecutivos ou alternados, para cada candidato, em um mesmo sítio da Internet, devendo constar do anúncio, de forma visível, o valor total pago para sua divulgação em determinado dia.” (NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação, observado o disposto no art. 16 da Constituição Federal.

JUSTIFICAÇÃO

A propaganda eleitoral pela Internet é, sem dúvida, importante mecanismo para barateamento de campanhas e consequente democratização do acesso a cargos eletivos.

As eleições de 2018 demonstraram isso cabalmente. O pleito foi palco de uso intensivo da rede mundial de computadores. Como resultado, testemunhamos maior diversidade de escolha do cidadão: os espaços de poder político acolheram mais mulheres, negros e indígenas.

De fato, a Internet traz mais igualdade aos candidatos. Basta imaginarmos o custo para organização de carreata, ou comício, e o investimento necessário para divulgação de conteúdos eletrônicos em redes sociais.

Ocorre que, estranhamente, a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, a Lei das Eleições, não veicula permissivo para a contratação de *banners* eletrônicos, conquanto faculte o impulsionamento de conteúdos e autorize a propaganda na reprodução virtual das páginas de jornal impresso na Internet.

Desse modo, é possível que o candidato mais abastado tenha sua propaganda na Internet, pela via indireta, ao custear um caro anúncio de jornal impresso, ao passo que o postulante com menos recursos não seria autorizado a divulgar sua candidatura em portais de notícias eletrônicos.

A restrição em vigor, totalmente desarrazoadas, limita o direito à informação dos eleitores. Afinal, os dispêndios com propaganda eleitoral são declarados, auditados, e estão sujeitos a limite de gastos.

Diante disso, propomos que também sejam permitidos *banners* eletrônicos em sítios da Internet, com balizas que assegurem a paridade de armas entre os candidatos.

Nesse sentido, um bom ponto de partida é a limitação atual à duração da propaganda na mídia impressa, contida no art. 43 da Lei das Eleições. As normas em vigor limitam em 10 (dez) o número de edições em que a propaganda impressa será veiculada, quantitativo que entendemos razoável para restringir o número de dias que o *banner* de determinado candidato possa ser visualizado em determinado sítio da Internet. Por outro lado, considerando-se os diferentes formatos de páginas da Internet e resoluções de dispositivos, não propomos limite prévio do tamanho da propaganda.

Ademais, tivemos a preocupação de que os *banners* estejam ao alcance das autoridades judiciárias brasileiras com a celeridade que o processo contencioso eleitoral exige. Por isso, são impostas a eles a mesma restrição a sítios dos candidatos na Internet e a conteúdos impulsionados: devem estar hospedados, direta ou indiretamente, em provedor de aplicação de internet estabelecido no país.

Por fim, ao incluir os *banners* no rol de gastos eleitorais do art. 26 da Lei das Eleições, propomos também ajuste de técnica legislativa no inciso XV do referido artigo. A redação atual repete restrição a impulsionamento de conteúdos que já é veiculada no § 3º do art. 57-C do mesmo diploma legal. Em nome da clareza e da concisão, propomos enumerar no art. 26 apenas as despesas em questão, prevendo suas restrições no capítulo reservado à propaganda eleitoral na Internet.

Com a convicção de que o projeto representa um passo importante no aprimoramento de nosso processo eleitoral, submetemos a matéria ao crivo dos demais Senadores.

Sala das Sessões,

Senador EDUARDO GOMES



LEGISLAÇÃO CITADA

- Constituição de 1988 - CON-1988-10-05 - 1988/88
<https://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:federal:constituicao:1988;1988>
 - artigo 16
- Lei nº 9.504, de 30 de Setembro de 1997 - Lei das Eleições (1997); Lei Geral das Eleições (1997) - 9504/97
<https://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:federal:lei:1997;9504>