

Novas regras eleitorais são prioridade após o recesso

Aprovado na Câmara em julho, projeto que normatiza uso da internet, doações e debates começa a tramitar no Senado. Prováveis mudanças no texto elaborado pelos deputados devem apertar ainda mais exíguo prazo para decisão – até setembro

Como acontece no ano anterior a cada eleição, o Congresso se apressa na definição de regras para as campanhas. Depois de a Câmara dos Deputados aprovar, em 8 de julho, regras para o uso da internet durante as eleições, entre outras inovações, agora cabe ao Senado analisar o assunto, que já desperta muitas polêmicas.

Se os senadores alterarem o texto da Câmara – o que deve acontecer –, o projeto (PLC 141/09) terá que voltar para nova votação pelos deputados. Mas a aprovação final pelo Congresso tem que ocorrer até a última semana de setembro, já que mudanças na legislação eleitoral só valem se forem publicadas pelo menos um ano antes das eleições, marcadas para 3 de outubro de 2010.

Além de regulamentar o uso da internet – inclusive para contribuições – durante

as campanhas eleitorais, o projeto flexibiliza doações e gastos dos recursos do Fundo Partidário, restringe a inelegibilidade de quem não tiver a quitação da Justiça Eleitoral e reserva 5% do fundo e 10% do tempo de propaganda partidária para as mulheres.

Para quem estiver no Brasil, mas fora do domicílio eleitoral no dia da eleição, o projeto permite o voto em trânsito, mas apenas para presidente da República. Também prevê a

impressão de votos a partir das eleições de 2014 e exige que o eleitor apresente documento com foto, além do título de eleitor, para votar.

A proposta da Câmara também

na imprensa escrita, o valor pago pelo anúncio foi mantida, bem como a limitação de anúncios (dez) por candidato, por veículo.

O projeto já está na Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT), onde o presidente, senador Fleixa Ribeiro (PSDB-PA), pode ser o relator.

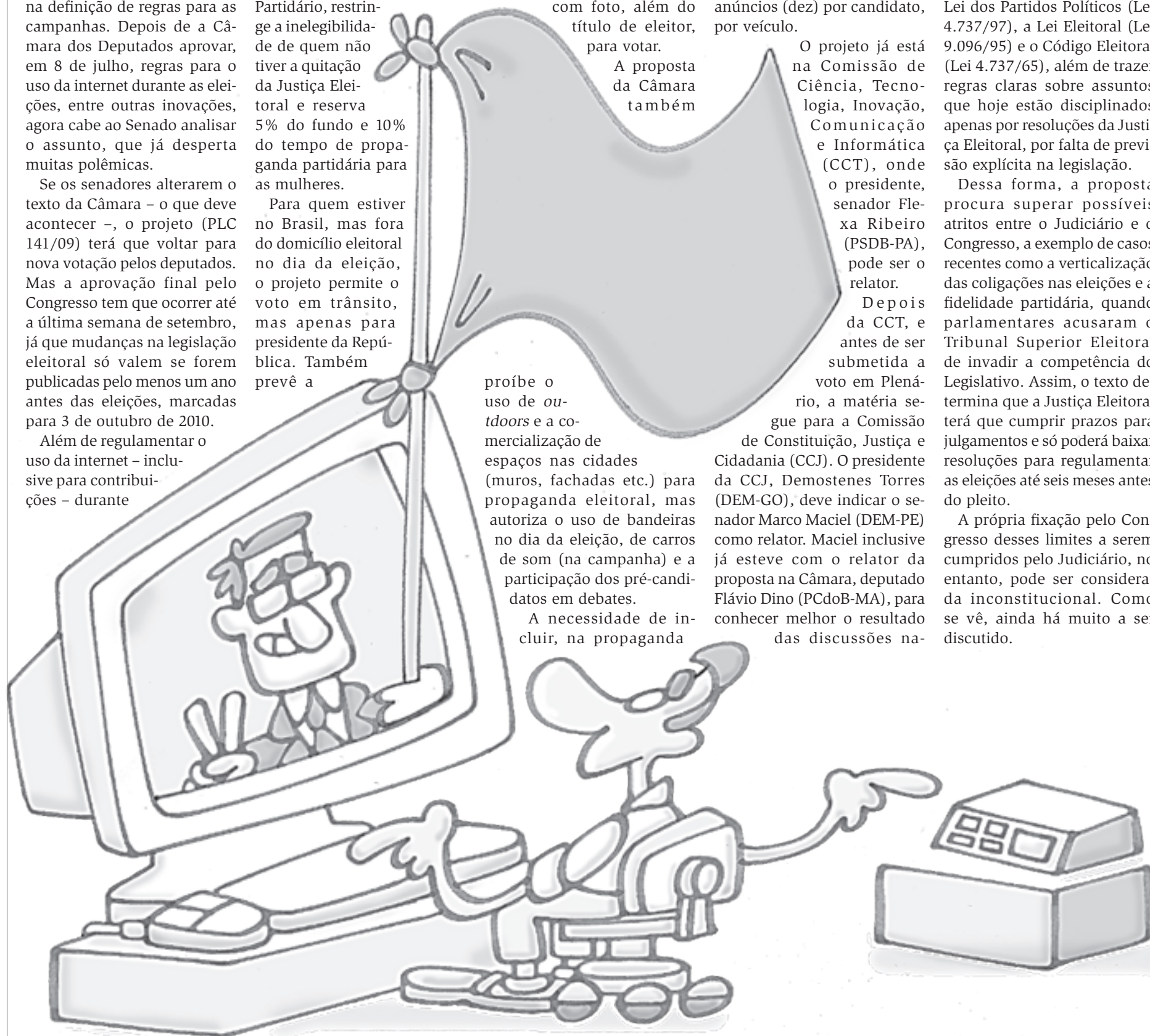
Depois da CCT, e antes de ser submetida a voto em Plenário, a matéria segue para a Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ). O presidente da CCJ, Demostenes Torres (DEM-GO), deve indicar o senador Marco Maciel (DEM-PE) como relator. Maciel inclusive já esteve com o relator da proposta na Câmara, deputado Flávio Dino (PCdoB-MA), para conhecer melhor o resultado das discussões na

quela Casa.

O projeto de reforma eleitoral aprovado pela Câmara muda a Lei dos Partidos Políticos (Lei 4.737/97), a Lei Eleitoral (Lei 9.096/95) e o Código Eleitoral (Lei 4.737/65), além de trazer regras claras sobre assuntos que hoje estão disciplinados apenas por resoluções da Justiça Eleitoral, por falta de previsão explícita na legislação.

Dessa forma, a proposta procura superar possíveis atritos entre o Judiciário e o Congresso, a exemplo de casos recentes como a verticalização das coligações nas eleições e a fidelidade partidária, quando parlamentares acusaram o Tribunal Superior Eleitoral de invadir a competência do Legislativo. Assim, o texto determina que a Justiça Eleitoral terá que cumprir prazos para julgamentos e só poderá baixar resoluções para regulamentar as eleições até seis meses antes do pleito.

A própria fixação pelo Congresso desses limites a serem cumpridos pelo Judiciário, no entanto, pode ser considerada inconstitucional. Como se vê, ainda há muito a ser discutido.



proíbe o uso de *outdoors* e a comercialização de espaços nas cidades (muros, fachadas etc.) para propaganda eleitoral, mas autoriza o uso de bandeiras no dia da eleição, de carros de som (na campanha) e a participação dos pré-candidatos em debates.

A necessidade de incluir, na propaganda

Palanque virtual ainda é coisa para poucos

página 2

Texto limita uso da internet na campanha

página 3

Emendas querem vetar as doações ocultas

página 4

Poucos usam a internet como arma eleitoral

Cientista político analisou *sites* de candidatos em 2006 e constatou que, por enquanto, a rede ainda é território reservado aos privilegiados

Por enquanto, o uso eleitoral da rede tem sido privilegiado especialmente pelas chamadas elites políticas – candidatos de partidos grandes, mais instruídos, mais idosos e experientes, profissionais liberais e servidores públicos, além de candidatos à reeleição. É o que concluiu o mestre em Ciência Política pela Universidade de Brasília (UnB) Francisco de Assis Fernandes Brandão Júnior, em sua tese “Palanques virtuais – A campanha presidencial pela internet nas eleições de 2006”, apresentada no ano passado.

Brandão Júnior analisou *sites* eleitorais, mensagens trocadas em *blogs* e *e-mails* enviados e recebidos pelos concorrentes de 2006, quando o número de páginas de candidatos a presidente, governador, senador e deputado chegou a 2.640, contra apenas 542 quatro anos atrás. Um dos fatores que impulsionou esse crescimento, segundo o autor, foi a mudança na legislação eleitoral (que restringiu despesas com propaganda e showmícios).

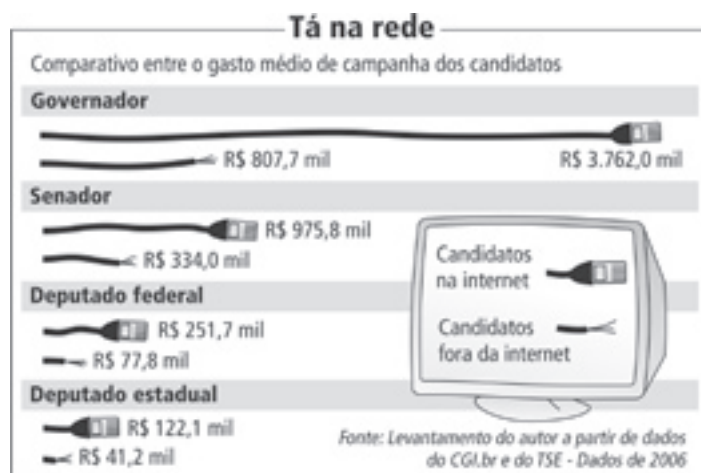
Apesar desse crescimento acelerado, a ampliação do uso da internet pelos políticos ainda não permitiu que os candidatos a de-

putado federal e estadual alcançassem sequer as taxas de acesso do próprio eleitorado, que chegou a 25% em 2006. Nas eleições municipais, reafirma o estudo, a oferta de *sites* é ainda menor. “É desalentador que a internet seja menos utilizada justamente pelos candidatos com menos recursos, já que a nova tecnologia tem custo mais baixo, em comparação com outras mídias tradicionais”, diz Brandão na tese.

Outras provas da tendência ainda elitista do uso da internet são a relação entre o número de votos recebidos e os gastos de campanhas dos candidatos “conectados” – bem superior aos dos “desconectados”. Para os governos

estaduais, a despesa média de candidatos *on-line* foi 3,7 maior que os *off-line*. Ao Senado, 2,9 vezes maior. Para a Câmara, 2,2 vezes. Para as assembleias, duas vezes maior (veja o gráfico).

“O estímulo à utilização da internet na campanha pode levar os políticos a manter *sites* pessoais após as eleições. Isso vai aumentar a transparência e a prestação de contas do mandato”, observa o cientista político.



Regras não vão controlar a rede, alerta Cristovam

O senador Cristovam Buarque (PDT-DF) acredita ser, muito provavelmente, o político que primeiro acessou a internet no Brasil. A lembrança vem dos tempos em que foi reitor da Universidade de Brasília (UnB), nos anos 1980, quando participou da implantação da bitnet, ancestral rudimentar da internet. Já então o potencial da ferramenta era impressionante. Por isso, ele está convencido de que as regras criadas pela Câmara não serão capazes de restringir o uso da rede mundial como instrumento eleitoral.

– Vou apresentar emendas para mudar o projeto, mas essas normas não vão adiantar nada.

A internet não se submete a regras desse tipo. É a mais democrática forma de campanha que se pode ter, porque é mais fácil e mais barato ter um *site* do que botar uma propaganda no jornal ou produzir um programa de televisão – diz o senador.

Quando concorreu à Presidência em 2006, Cristovam montou uma equipe só para cuidar da campanha *on-line*. “Não dei o salto que esperava. Não tínhamos os recursos e a experiência”, admite o senador, que não renunciou ao uso da ferramenta para comunicação com os eleitores. Hoje, ele tem um *blog*, participa do *Twitter* e mantém dois *e-mails* que re-

cebem milhares de mensagens por mês. “Não consigo atender a tudo em tempo real, claro, mas leio todos e respondo um a um”, garante.

Para o senador e ex-ministro da Educação, a própria crise vivida hoje pelo Senado ocorre porque os políticos ainda não assimilaram o papel exercido pela internet na vida moderna.

– Ainda pensamos que a eleição é a cada quatro anos, mas agora ela é a cada quatro minutos – observa Cristovam.

Não é o caso de Eduardo Suplicy (PT-SP). No pleito de 2006, ele usou a internet para divulgar não só sua plataforma eleitoral, mas todas as doações recebidas na campanha. O senador paulista também pretende apresentar emendas para assegurar o uso mais livre da rede mundial de computadores pelos candidatos já em 2010.

– Acho a internet uma formidável ferramenta da comunicação e as novas regras eleitorais devem prever, com um sentido bastante livre, a ampliação da liberdade de expressão e comunicação entre candidatos e eleitores. Vou apresentar propostas para ampliar as possibilidades sobre isso – informou.



Manchete da revista holandesa: a internet como fator político e o poder *on-line* de Obama

Usando os *sites*, Obama arrecadou US\$ 500 mi

Em maio passado, esteve no Brasil o americano Ben Self, 32 anos, um dos principais estrategistas na campanha *on-line* do presidente Barack Obama. Sua empresa, a Blue State Digital (BSD), já estaria sendo cortejada tanto pelo governo (PT) quanto pela oposição (PSDB) para trabalhar no pleito presidencial brasileiro de 2010. Ben Self ajudou Obama a arrecadar meio bilhão de dólares em doações pela internet. Foram cerca de 6,5 milhões de contribuições – média de US\$ 80 por doação –, estabelecendo um novo paradigma para os financiamentos eleitorais.

A estratégia deu certo porque a campanha pulverizou a arrecadação de doações individuais por diversos *sites*, que tinham

em comum o apoio ao candidato. Primeiro, as pessoas entravam nas redes sociais e páginas de relacionamento para trocar ideias ou saber sobre os eventos da campanha. Ali, uma pessoa ficava conhecendo centenas de outras que já haviam doado. O convencimento surgia dessa conversa entre os internautas, e não de um pedido direto de contribuição feita pelo candidato.

Outro caso recente do uso intensivo da internet na política foi durante a campanha presidencial de junho passado, quando se multiplicaram os *blogs* voltados para política. Governo e oposição usaram intensamente as ferramentas da rede na disputa política. Facebook, Youtube, Orkut e outros serviram de palanque eleitoral.

comícios. Taro Kouno, deputado pelo governista Partido Liberal Democrata, lembrou que o governo pode usar à vontade a rede mundial para se comunicar com a população, o que é negado aos candidatos. Se é o mais emblemático, o caso de Barack Obama não é único em termos de uso intensivo da internet nas campanhas eleitorais pelo mundo. No pleito que conduziu José Luiz Zapatero ao cargo de primeiro-ministro espanhol, em 2008, o candidato criou perfis no Orkut, Youtube, no Tuenti (a versão espanhola do Facebook) e no Flickr, onde postava notícias, fotos e vídeos. Até mesmo uma parceria entre o Youtube e a rede estatal de TV foi criada para que eleitores pudessem questionar os candidatos.

Média de doação dos internautas nos EUA foi de US\$ 80

O tecnológico Japão tem uma legislação arcaica

Muitos países, como o Brasil, enfrentam ainda dificuldades legais para que os candidatos possam aproveitar ao máximo os instrumentos de acesso ao eleitor oferecidos pela internet. No Japão, é consenso entre os principais partidos que a legislação em vigor é rigorosa “além do razoável”, como afirmou Shin Itoh, da organização não governamental Japan Initiative, por *e-mail*, ao **Jornal do Senado**.

Atualmente, a lei japonesa só permite que um político peça o voto do eleitor (o que se configura em campanha) usando quatro mecanismos, todos eles bastante tradicionais e anos-luz distantes da interatividade oferecida pelas novas tecnologias: pelas novas tecnologias: usar carros de som, enviar malas-diretas pelo correio, pregar cartazes e realizar

comícios. Taro Kouno, deputado pelo governista Partido Liberal Democrata, lembrou que o governo pode usar à vontade a rede mundial para se comunicar com a população, o que é negado aos candidatos.

Se é o mais emblemático, o caso de Barack Obama não é único em termos de uso intensivo da internet nas campanhas eleitorais pelo mundo. No pleito que conduziu José Luiz Zapatero ao cargo de primeiro-ministro espanhol, em 2008, o candidato criou perfis no Orkut, Youtube, no Tuenti (a versão espanhola do Facebook) e no Flickr, onde postava notícias, fotos e vídeos. Até mesmo uma parceria entre o Youtube e a rede estatal de TV foi criada para que eleitores pudessem questionar os candidatos.



Internet é a mais democrática e barata forma de campanha que se pode ter, afirma Cristovam Buarque



Suplicy: novas regras eleitorais devem prever maior liberdade de expressão entre candidatos e eleitores

Avessa a regras, internet está na reforma

Uma das polêmicas do projeto de reforma eleitoral é a proibição à propaganda paga e ao apoio a candidatos por provedores de conteúdo

Um dos pontos do projeto de reforma eleitoral da Câmara que mais causou reação na sociedade foi a regulamentação da campanha na internet. A rede de computadores sempre é refratária a regras que, efetivamente, têm aplicação difícil, tendo em vista que qualquer pessoa pode publicar conteúdo.

Pela proposta, a partir de 5 de julho do ano eleitoral os candidatos poderão pedir votos em sites, portais, blogs (inclusive o Twitter) e redes sociais (Orkut, Facebook etc.), desde que mantidos pelos partidos, candidatos ou pessoas.

Porém, ao mesmo tempo que autoriza e viabiliza a campanha na internet, o projeto proíbe, por exemplo, a propaganda paga na rede e o apoio a candidatos por provedores de conteúdo (*leia mais abaixo*). Somente essas restrições já causam grande alvoroço na rede. Mas a internet já é considerada uma plataforma indispensável para as campanhas, capaz de chegar a milhões de eleitores, de forma democrática, interativa e com baixo custo (*veja página 2*).

O consultor legislativo do Senado Arlindo Fernandes explica que o projeto trata quatro pontos de maneira diferente: 1) o cidadão que usa e produz conteúdo na internet; 2) as páginas oficiais de órgãos do governo e empresas públicas; 3) os candidatos, partidos ou coligações; e 4) os provedores de conteúdo ligados

a empresas de comunicação.

Não há limitação para manifestações espontâneas e gratuitas para internauta ou blogueiro individual. Nesses casos, como em qualquer outra situação, esse cidadão fica sujeito apenas a responder por crimes de opinião contra a honra de alguém.

Casos de menção a candidaturas em páginas eletrônicas mantidas pelo governo ou empresa pública podem ser considerados utilização da máquina estatal. Já os candidatos podem manter seus sites oficiais, blogs e comunidades, mas devem registrá-los junto à Justiça Eleitoral e hospedá-los em um provedor no Brasil. A proposta acaba com a exigência de os sites adotarem o domínio *can.br*.

Nesses casos, o projeto pode ser considerado um avanço, já que nada disso estava previsto em lei. O senador Marco Maciel (DEM-PE), que deve ser confirmado relator da proposta CCJ, já teria se mostrado simpático a essa sugestão de regulamentação, de acordo com sua assessoria.

Mas a maior polêmica recai sobre as proibições impostas aos grandes provedores de conteúdo, que mantêm portais na internet, como o Universo Online (UOL), Globo.com e Terra, por exemplo, além de sites de jornais, que têm correspondentes impressos (*Correio Braziliense, A Tarde, O Estado de S. Paulo, O Globo* etc.), para os quais há diversas restrições (*veja a lista ao lado*).

REPRODUÇÃO



GERALDO MAGELA



Agripino e Mercadante estão entre os senadores que aderiram ao Twitter. Marco Maciel deve ser confirmado relator na CCJ da proposta de reforma eleitoral aprovada pela Câmara dos Deputados

REPRODUÇÃO



Período pré-campanha poderá ser regularizado

Objeto de inúmeros processos na Justiça Eleitoral – entre eles a ação movida em fevereiro pelos partidos DEM e PSDB contra o presidente Lula e a ministra Dilma Rousseff por suposta propaganda eleitoral antecipada em inaugurações de obras do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) e em encontro com prefeitos –, o chamado período pré-campanha não está previsto na legislação atual. O texto aprovado pela Câmara cobre essa lacuna definindo regras para as ações de partidos e possíveis candidatos antes do período oficial de campanha.

Pelo projeto, será permitida a

participação de políticos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet, inclusive para expor plataformas e projetos políticos. Nesse caso, as emissoras de rádio e de televisão devem dar a mesma visibilidade aos políticos dos diversos partidos.

Os partidos ainda poderão promover encontros, seminários ou congressos, desde que pagos por eles e em ambiente fechado, para tratar do processo eleitoral, dos planos de governos ou alianças partidárias.

Também deverá ser permitida a realização e divulgação, dentro do próprio partido, de eleições

internas para escolha de candidatos (prévias), assim como a divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se mencione nenhuma possível candidatura. Em todos esses casos, permanece proibido pedir votos ou apoio eleitoral.

A proposta da Câmara ainda proíbe todos os candidatos, e não apenas os que concorrem a cargos do Poder Executivo como é hoje, de participarem da inauguração de obras durante o período oficial de campanha. Mas é omissa quanto à inauguração de obras no período pré-campanha.

Partidos serão obrigados a apoiar candidatas

A proposta de reforma eleitoral obriga os partidos a aplicarem 5% dos recursos do Fundo Especial de Assistência Financeira aos Partidos Políticos (Fundo Partidário) em ações de incentivo à participação feminina na política, menos do que os 10% que desejariam as candidatas. O partido que descumprir essa determinação passa a ter que aplicar 7,5% da verba do fundo no ano seguinte para conquistar a adesão de mulheres.

Também para aumentar a participação feminina no processo político, o projeto obriga os partidos a destinarem 10% do tempo gratuito no rádio e na TV para que as mulheres se manifestem. Essa também foi uma derrota parcial para o lobby feminino, que lutou para conseguir aprovar 20%.

Pelas regras atuais – Lei 9.504/97 –, 30% dos candidatos têm que ser mulheres, mas não há obrigação de os partidos apoiarem as candidatas com dinheiro ou tempo na televisão. Para a senadora Fátima Cleide (PT-RO), o projeto ainda é tímido.

– Acho que o tempo de propaganda poderia ser maior, porque há necessidades específicas das mulheres – argumenta.

Impressão de votos para coibir fraudes eleitorais

O voto eletrônico parecia ter conquistado em definitivo os eleitores, os políticos e a Justiça Eleitoral brasileira. Tido pela maioria como mecanismo fortalecedor da democracia, o sistema está, no entanto, longe de ser unanimidade mundial, e há quem o questione também no Brasil. É o que demonstra dispositivo da reforma eleitoral que prevê, a partir de 2014, a impressão dos votos depositados em 2% das urnas eletrônicas do país e em pelo menos três urnas de cada cidade, para serem auditados em audiência pública após a eleição.

Em 2002, relatório do TSE apontou que o voto impresso, testado em 70 municípios naquele ano, provocou “vários inconvenientes”, como filas maiores e maior percentual de urnas com defeitos. No entanto, países como EUA e Alemanha questionam o uso da tecnologia nas eleições. O principal argumento é de que a economia e a antecipação dos resultados não compensam os riscos de softwares manipulados para gerar fraude eleitoral.

Ponto a ponto

Um dos pontos mais atacados pelos meios de comunicação, a regulamentação determina que os provedores de conteúdo na internet terão que obedecer às **mesmas regras** existentes para emissoras de rádio e TV, mais restritivas que aquelas que regem o comportamento de jornais e revistas impressos durante o período eleitoral.

A **propaganda eleitoral** paga é proibida, seja ela feita por candidato, partido ou qualquer pessoa. Quem infringir a regra estará sujeito a multa de R\$ 5 mil a R\$ 30 mil.

As mensagens enviadas por **e-mail** a eleitores terão que conter dispositivo anti-spam, para que o cidadão possa bloquear novos e-mails. Caso o pedido de descadastramento não seja atendido em até 48 horas, o responsável pelo envio fica sujeito a multa de R\$ 100 por mensagem.

Obrigação de publicação de **direito de resposta** concedido pela Justiça Eleitoral com o mesmo destaque dado à ofensa (espaço, horário, tamanho etc.), pelo dobro de tempo que esteve disponível na internet.

Ficam proibidos:

- ⊗ charges, trucagem, edição ou montagem de imagens, sons e textos que ridicularizem um candidato, partido ou coligação;
- ⊗ tratamento privilegiado a candidato, partido ou coligação;
- ⊗ publicidade em filmes, novelas ou outros conteúdos multimídia;
- ⊗ divulgação de endereço da página eletrônica de candidato.

Quem não cumprir a lei pode ter o acesso a todo o seu **conteúdo suspenso** por 24 horas por determinação da Justiça Eleitoral. Nesse período, os usuários devem ser informados de que as páginas estão fora do ar por desobediência à legislação eleitoral.

Os anúncios pagos em jornais impressos (limitados a até dez por veículo por candidato, com a divulgação do valor pago) **podem ser reproduzidos** nos sites correspondentes pelo mesmo prazo de tempo.

As regras dos outros meios de comunicação valerão para os **debates com candidatos** na internet. Para que eles ocorram, será necessária a concordância de dois terços dos políticos que disputam o cargo.



O deputado Flávio Dino (C) durante votação da Lei Eleitoral na Câmara, em julho: texto tem grandes chances de ser modificado no Senado

Extinto o prazo para registro

O projeto da Câmara também extinguiu a data limite para registro do candidato junto ao tribunal eleitoral. Com a proposta, o candidato cujo registro tenha sido recusado, inclusive por ter tido as contas reprovadas, tem todo o período de campanha para reverter a sua situação. Quem ainda estiver com o registro pendente poderá fazer campanha normalmente, inclusive no rádio e na TV. Caso a decisão não tenha saído até a eleição, os votos que receber só serão considerados válidos quando o pedido de registro for aceito em definitivo.

A regra foi duramente criticada pelo Movimento de Combate à Corrupção Eleitoral. Segundo Marlon Reis, do movimento, trata-se de uma forma de beneficiar candidatos que praticaram atos ilícitos, já muito beneficiados com as mudanças propostas pela Câmara para facilitar a aprovação de contas de campanha.

Mais para gastar com pessoal

Em relação aos recursos públicos – que compõem o Fundo Partidário – repassados aos partidos, o projeto aumenta de 20% para 50% a parcela que pode ser gasta com pagamento de pessoal, em detrimento de propaganda política, alistamento e campanhas eleitorais. Fundações e institutos dos partidos, que pela lei devem promover a formação política e elaborar os programas de governo, permanecem com os 20% atuais. O projeto suaviza a suspensão do repasse dos recursos do fundo em caso de falta de prestação ou reprovação das contas, estabelecendo o parcelamento em até 12 meses; o desconto apenas da parcela gasta de forma irregular; a proibição da aplicação da sanção antes do julgamento pelo juízo competente; e a prescrição da sanção caso não seja julgada em cinco anos (cabe recurso em todas as fases para suspender o julgamento).

Senadores condenam doações ocultas e prometem mudanças

Tráfego de dinheiro do partido para o candidato, sem identificação do doador, está permitido pelo projeto da Câmara. Cristovam Buarque e Eduardo Suplicy apontam risco representado pela medida

Senadores de diversos partidos já criticaram, publicamente, a decisão da Câmara dos Deputados de permitir o que está sendo chamado de “doação oculta” nas campanhas eleitorais (veja quadro). Contribuições feitas por pessoas físicas e jurídicas aos partidos podem ser repassadas aos candidatos, sem informar quem foi o doador. Assim, não seria possível saber, por exemplo, se um candidato foi financiado por bancos, empreiteiras etc.

Por isso, na chegada do projeto de reforma eleitoral ao Senado, a partir deste mês, muitas emendas são esperadas para tentar modificar as regras fixadas em relação

às contribuições financeiras, até porque, há menos de três anos, foi justamente um projeto aprovado no Senado que tornou obrigatórias as informações públicas sobre doações a candidatos.

– É um absurdo completo, é o mesmo que criar atos secretos para as campanhas eleitorais. Estão querendo legalizar o cheque secreto da eleição. É um retrocesso na democracia. Vai ter dinheiro de contrabandista, traficante, milícia. O próprio candidato não vai saber de

quem era o dinheiro, o que é muito perigoso – alertou o senador Cristovam Buarque (PDT-DF).

Ele pretende apresentar o que classificou de “emendas radicais” durante a discussão do projeto no Senado, que incluirão, entre outras medidas, a permissão de apenas uma eleição para senador e deputado federal, o financiamento público exclusivo e o limite de gastos para as campanhas.

Cristovam e Suplicy vão apresentar emendas contra regra

– Sou radical. Para mim, teria que ser financiamento público exclusivo. Mas nesse caso precisaríamos modificar as regras atuais, porque naturalmente não desejamos que o Fundo Partidário, que o dinheiro público vá pagar por marqueteiros milionários. A campanha na TV seria bem minimalista, ficando por conta do candidato, e não dos recursos de estúdio, convencer o eleitor – disse.

O senador Eduardo Suplicy (PT-SP) informou que, já nesta semana, deverá protocolar diversas emendas ao projeto aprovado na Câmara, inclusive no que diz respeito às doações. Ele lembrou que o Senado aprovou, em 2007, regra determi-

nando que cada partido e cada candidato deveriam listar todas as contribuições recebidas, tanto de pessoas físicas e jurídicas, dias antes da realização do primeiro turno eleitoral.

– Estamos preparando emendas para propiciar a mais ampla transparência, e em tempo real, no que diz respeito às doações, tanto aos partidos quanto aos candidatos individualmente. A utilização da internet deve corresponder a uma ampliação da transparência nas doações, e não o contrário. Nossa posição é defender novamente o que o Senado votou, e não o que a Câmara mudou depois, dizendo

que a relação [de contribuições] só será tornada pública após as eleições – afirmou.

Suplicy registrou que, em 2006, na sua campanha ao Senado, adotou voluntariamente a norma de relacionar em sua página da internet todas as contribuições de pessoas e empresas.

– No dia 30 de setembro, antes do primeiro turno, quem quisesse ter acesso poderia saber exatamente o total de contribuições, das mais modestas às mais elevadas. Até quem apenas contribuiu para um jantar de campanha estava ali listado – contou o senador.

Regras para contribuições

Doações em dinheiro para campanhas podem ser feitas por pessoas físicas até o limite de 10% da renda bruta do ano anterior.

Fixa em R\$ 50 mil o valor, calculável em dinheiro, da doação relativa ao uso de bens móveis ou imóveis de pessoa física.

Permitida a doação por cartão de crédito por pessoas físicas (antes, só era possível contribuir com cheques nominais ou transferências e depósitos

bancários identificados).

Empresas não poderão doar pela internet.

Entidades esportivas estão proibidas de contribuir para campanhas políticas e eleitorais.

Relação de contribuintes para a campanha só precisa ser divulgada após o pleito.

Doações a partidos podem ser repassadas a candidatos, sem que seja identificada nessa transição a sua origem.

JORNAL DO SENADO

Jornal do Senado
Praça dos Três Poderes – Ed. Anexo I do Senado Federal,
20º andar, 70165-920, Brasília (DF)
www.senado.gov.br/jornal - e-mail: jornal@senado.gov.br
Tel.: 0800 61-2211 – Fax: (61) 3303-3137

Diretora da Secretaria Especial de Comunicação
Social: Ana Lúcia Romero Novelli
Direção de Jornalismo: Davi Emerich
Diretor do Jornal do Senado: Eduardo Leão

Editor-chefe: Flávio Faria
Edição: Janaina Araújo, João Carlos Teixeira, Suely Bastos e Sylvio Guedes
Reportagem: João Carlos Teixeira, Sylvio Guedes, Thâmara Brasil

Diagramação: Sérgio Luiz G. da Silva
Revisão: Eny Junia Carvalho e Lindolfo do Amaral Almeida
Infografia e arte: Cláudio Portella e Diego Jimenez
Tratamento de Imagem: Roberto Suguino
Arquivo Fotográfico: Ana Cláudia Volpe