



**CÂMARA DOS DEPUTADOS**

## **\*PROJETO DE LEI N.º 4.574, DE 2012** **(Da Sra. Cida Borghetti)**

Modifica a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, a fim de permitir a veiculação de pesquisas eleitorais somente até quinze dias antes das eleições.

**DESPACHO:**

À COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA  
(MÉRITO E ART. 54, RICD)

**APRECIÇÃO:**

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

### **SUMÁRIO**

I - Projeto inicial

II - Projetos apensados: 4738/12, 5135/13, 2/15, 674/15, 4290/16, 6260/16, 6292/16, 6679/16, 10910/18 e 11183/18

**(\* Atualizado em 26/12/18, para inclusão de apensados (10))**

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1.º. É introduzido parágrafo quinto no art. 33 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, com a seguinte redação:

“Art.33.....

.....  
 “§ 5º As pesquisas de intenção de votos só poderão ser divulgadas até quinze dias antes das eleições.

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

### JUSTIFICATIVA

No primeiro turno das eleições 2012, no último dia 7 de outubro, foram constatadas divergências graves em pesquisas eleitorais realizadas por institutos renomados e divulgados pelos meios de comunicação de massa.

Como estas pesquisas podem influenciar a decisão de eleitores, é necessário que os critérios para sua divulgação obedçam extremo rigor, não podendo incorrer em erros maiores do que a margem estipulada, prejudicando candidatos que estão em acordo com as leis eleitorais, cumprindo com suas obrigações.

A divulgação de uma pesquisa às vésperas do pleito não permite aos partidos políticos a verificação dos dados, métodos adotados e prováveis erros que possam causar efeitos danosos ao processo eleitoral brasileiro.

Fatos ocorridos em diversas localidades, como Maringá, onde o IBOPE apresentou pesquisa favorável ao candidato do PT com 41% e do PP com 34% e o resultado foi justamente o oposto com a vitória do PP com 42% e PT com 35%, Foz do Iguaçu, Ponta Grossa onde a pesquisa do IBOPE beneficiou o candidato do PT, tirando da disputa o candidato do PDT e prejudicando o do PPS e Manaus, que de forma gritante prejudicou o candidato do PSDB, são exemplos de divergências além da normalidade com o resultado do pleito, inadmissíveis na transparência que o sistema vem aperfeiçoando a cada nova eleição.

Não é adequado que a legislação permita a desinformação do eleitor permitindo a divulgação de dados num veículo que atinge mais de 40% de audiência e pode mudar os rumos de uma eleição, impactando no resultado, colocando em risco a democracia.

Não cabe em nosso processo eleitoral a veiculação de dados apresentados ao eleitor como verdade incontestável, que posteriormente divirjam acentuadamente do resultado das urnas. O eleitor deve confiar neste processo como um todo, inclusive nos institutos de pesquisa e na imprensa.

A proposta apresentada não pretende impedir as pesquisas feitas pelos institutos, mas coibir divulgações de dados através dos meios de comunicação de massa, sem que haja tempo hábil para a verificação destes dados, métodos e possíveis erros, atendendo rigorosamente as normas determinadas pelo código eleitoral.

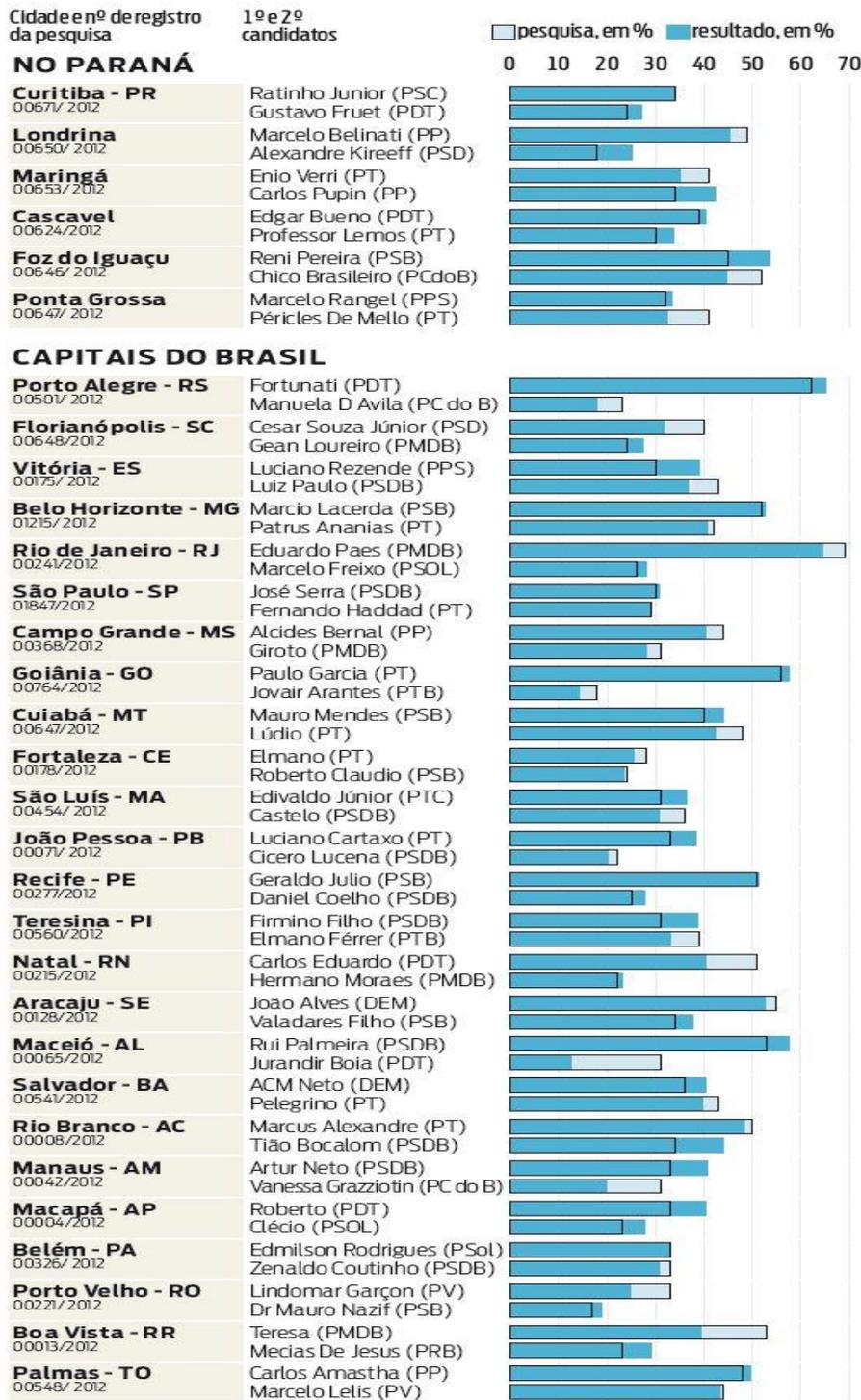
Nosso sistema eleitoral, controlado pelo Tribunal Superior Eleitoral e Tribunais Regionais é reconhecido mundialmente pela eficiência e transparência e não há espaço para eventuais irregularidades que possam ferir sua lisura.

Sala das Sessões, 17 de outubro de 2012.

Deputada CIDA BORGHETTI

## DESCONECTADAS

A diferença entre as pesquisas e o resultado pode ser fruto de erro na coleta de informações. Porém, manter uma equipe de campo mais qualificada tornaria a pesquisa ainda mais cara.



Fonte: Ibope (pesquisas) e TSE (resultados). Infografia: Gazeta do Povo.

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

**LEI Nº 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:

.....  
**DAS PESQUISAS E TESTES PRÉ-ELEITORAIS**

Art. 33. As entidades e empresas que realizarem pesquisas de opinião pública relativas às eleições ou aos candidatos, para conhecimento público, são obrigadas, para cada pesquisa, a registrar, junto à Justiça Eleitoral, até cinco dias antes da divulgação, as seguintes informações:

- I - quem contratou a pesquisa;
- II - valor e origem dos recursos despendidos no trabalho;
- III - metodologia e período de realização da pesquisa;
- IV - plano amostral e ponderação quanto a sexo, idade, grau de instrução, nível econômico e área física de realização do trabalho, intervalo de confiança e margem de erro;
- V - sistema interno de controle e verificação, conferência e fiscalização da coleta de dados e do trabalho de campo;
- VI - questionário completo aplicado ou a ser aplicado;
- VII - o nome de quem pagou pela realização do trabalho.

§ 1º As informações relativas às pesquisas serão registradas nos órgãos da Justiça Eleitoral aos quais compete fazer o registro dos candidatos.

§ 2º A Justiça Eleitoral afixará no prazo de vinte e quatro horas, no local de costume, bem como divulgará em seu sítio na internet, aviso comunicando o registro das informações a que se refere este artigo, colocando-as à disposição dos partidos ou coligações com candidatos ao pleito, os quais a elas terão livre acesso pelo prazo de 30 (trinta) dias. [\*\(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009\)\*](#)

§ 3º A divulgação de pesquisa sem o prévio registro das informações de que trata este artigo sujeita os responsáveis a multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR.

§ 4º A divulgação de pesquisa fraudulenta constitui crime, punível com detenção de seis meses a um ano e multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR.

Art. 34. (VETADO)

§ 1º Mediante requerimento à Justiça Eleitoral, os partidos poderão ter acesso ao sistema interno de controle, verificação e fiscalização da coleta de dados das entidades que divulgaram pesquisas de opinião relativas às eleições, incluídos os referentes à identificação dos entrevistadores e, por meio de escolha livre e aleatória de planilhas individuais, mapas ou equivalentes, confrontar e conferir os dados publicados, preservada a identidade dos respondentes.

§ 2º O não-cumprimento do disposto neste artigo ou qualquer ato que vise a retardar, impedir ou dificultar a ação fiscalizadora dos partidos constitui crime, punível com detenção, de seis meses a um ano, com a alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo prazo, e multa no valor de dez mil a vinte mil UFIR.

§ 3º A comprovação de irregularidade nos dados publicados sujeita os responsáveis às penas mencionadas no parágrafo anterior, sem prejuízo da obrigatoriedade da veiculação dos dados corretos no mesmo espaço, local, horário, página, caracteres e outros elementos de destaque, de acordo com o veículo usado.

.....  
 .....  
**PROJETO DE LEI N.º 4.738, DE 2012**  
**(Do Sr. Penna)**

Acrescenta o § 5º ao art. 33 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, a fim de permitir a veiculação de pesquisas eleitorais somente até dez dias antes das eleições.

**DESPACHO:**  
 APENSE-SE À(AO) PL-4574/2012.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei acrescenta o § 5º ao art. 33 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, a fim de permitir a veiculação de pesquisas eleitorais somente até dez dias antes das eleições.

Art. 2º O art. 33 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, passa a vigorar acrescido do seguinte § 5º:

“Art.33.....  
 .....

“§ 5º As pesquisas só poderão ser divulgadas até dez dias antes das eleições.”

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

### **JUSTIFICAÇÃO**

É recorrente a discussão acerca da influência que as pesquisas de intenção de voto exercem sobre a decisão do eleitor. Em que pese seja meritório o papel das pesquisas como instrumento de informação, não é pacífico o entendimento de que a divulgação dos dados coletados possa se dar a qualquer momento do processo eleitoral, sem risco de distorção do comportamento do eleitor.

Por meio de intensa propaganda, a divulgação das pesquisas acaba por fabricar majorias. Em alguns lugares isso termina servindo para inibir qualquer opinião contrária ao consenso fabricado.

De um lado, as pesquisas podem trazer desequilíbrios no financiamento das campanhas, uma vez que os candidatos apontados como

prováveis vencedores pelas pesquisas tendem a receber um aporte maior de recursos dos doadores.

Ademais, a mera divulgação de pesquisas em períodos próximos à eleição pode confundir o eleitor, encorajando-o a votar em determinado candidato bem cotado pela pesquisa ou dissuadindo-o a fazê-lo, por não acreditar que o mesmo possa ser eleito. Não é possível minimizar os efeitos causados pelos institutos de pesquisa no eleitorado, sobretudo nos “indecisos” e também na parcela que adota o “voto útil”, ou seja, vota naquele candidato que tem mais chance de vitória.

Assim, as pesquisas ditam o ritmo cada vez mais no sistema eleitoral.

Apesar de haver acuradas técnicas estatísticas para realização das pesquisas, nenhuma amostragem é suficientemente infalível para demonstrar a vontade do eleitor. A divulgação de uma pesquisa às vésperas do pleito não permite aos partidos políticos a verificação dos dados, métodos adotados e prováveis erros que possam causar efeitos danosos ao processo eleitoral brasileiro.

Os efeitos são ainda mais deletérios quando se divulgam dados equivocados, podendo o eleitor seguir uma tendência que não corresponda à realidade. Desvirtua-se a vontade do eleitor, altera-se o equilíbrio entre as forças sociais e políticas, enfraquece-se, enfim, a democracia.

Seja no meio político, acadêmico ou jornalístico, expressiva corrente entende que deve haver alguma limitação temporal à divulgação das pesquisas de intenção de voto, a fim de preservar soberana a vontade do eleitor. Afinal, nenhum direito é absoluto. E se a Constituição Federal consagra o acesso à informação como um direito do cidadão, também nossa Carta Magna inclui a soberania popular entre os fundamentos do Estado brasileiro.

A proposta ora apresentada não pretende impedir as pesquisas feitas pelos institutos, mas coibir divulgações de dados através dos meios de comunicação de massa sem que haja tempo hábil para a verificação destes dados, métodos e possíveis erros, atendendo rigorosamente às normas determinadas pelo código eleitoral.

Certos da importância da medida ora pretendida, contamos com o apoio de nossos pares no Congresso Nacional para a aprovação do presente projeto de lei.

Sala das Sessões, em 20 de novembro de 2012.

Deputado PENNA

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

**LEI Nº 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:

.....  
**DAS PESQUISAS E TESTES PRÉ-ELEITORAIS**  
 .....

Art. 33. As entidades e empresas que realizarem pesquisas de opinião pública relativas às eleições ou aos candidatos, para conhecimento público, são obrigadas, para cada pesquisa, a registrar, junto à Justiça Eleitoral, até cinco dias antes da divulgação, as seguintes informações:

- I - quem contratou a pesquisa;
- II - valor e origem dos recursos despendidos no trabalho;
- III - metodologia e período de realização da pesquisa;
- IV - plano amostral e ponderação quanto a sexo, idade, grau de instrução, nível econômico e área física de realização do trabalho, intervalo de confiança e margem de erro;
- V - sistema interno de controle e verificação, conferência e fiscalização da coleta de dados e do trabalho de campo;
- VI - questionário completo aplicado ou a ser aplicado;
- VII - o nome de quem pagou pela realização do trabalho.

§ 1º As informações relativas às pesquisas serão registradas nos órgãos da Justiça Eleitoral aos quais compete fazer o registro dos candidatos.

§ 2º A Justiça Eleitoral afixará no prazo de vinte e quatro horas, no local de costume, bem como divulgará em seu sítio na internet, aviso comunicando o registro das informações a que se refere este artigo, colocando-as à disposição dos partidos ou coligações com candidatos ao pleito, os quais a elas terão livre acesso pelo prazo de 30 (trinta) dias. [Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009](#)

§ 3º A divulgação de pesquisa sem o prévio registro das informações de que trata este artigo sujeita os responsáveis a multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR.

§ 4º A divulgação de pesquisa fraudulenta constitui crime, punível com detenção de seis meses a um ano e multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR.

Art. 34. (VETADO)

§ 1º Mediante requerimento à Justiça Eleitoral, os partidos poderão ter acesso ao sistema interno de controle, verificação e fiscalização da coleta de dados das entidades que divulgaram pesquisas de opinião relativas às eleições, incluídos os referentes à identificação dos entrevistadores e, por meio de escolha livre e aleatória de planilhas individuais, mapas ou equivalentes, confrontar e conferir os dados publicados, preservada a identidade dos respondentes.

§ 2º O não-cumprimento do disposto neste artigo ou qualquer ato que vise a retardar, impedir ou dificultar a ação fiscalizadora dos partidos constitui crime, punível com detenção, de seis meses a um ano, com a alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo prazo, e multa no valor de dez mil a vinte mil UFIR.

§ 3º A comprovação de irregularidade nos dados publicados sujeita os responsáveis às penas mencionadas no parágrafo anterior, sem prejuízo da obrigatoriedade da veiculação dos dados corretos no mesmo espaço, local, horário, página, caracteres e outros elementos de destaque, de acordo com o veículo usado.

.....  
 .....

## **PROJETO DE LEI N.º 5.135, DE 2013** **(Da Sra. Flávia Moraes)**

Acrescenta o art. 35-B à Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, para proibir a divulgação de pesquisas no período eleitoral.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE À(AO) PL-4574/2012.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei acrescenta o art. 35-B à Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, para proibir a divulgação de pesquisas no período eleitoral.

Art. 2º A Lei n. 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições), passa a vigorar acrescida do art. 35-B, com a seguinte redação:

*“Art. 35-B. Em período eleitoral, é vedada a divulgação de pesquisas eleitorais por qualquer meio de comunicação, permitido seu acesso apenas para uso interno do partido, coligação ou candidato.”*

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

## JUSTIFICAÇÃO

O maior rigor na regulação da propaganda eleitoral permitida após o dia 5 de julho do ano da eleição, prevista na Lei nº 9.504, de 1997 (Lei das Eleições), após os aperfeiçoamentos da Lei nº 11.300, de 2006 (Minirreforma Eleitoral), resultou em campanhas eleitorais mais limpas.

No entanto, **muitos abusos** ainda se verificam na veiculação e divulgação de pesquisas eleitorais em todos os meios de comunicação, no transcurso das campanhas eleitorais.

As pesquisas eleitorais podem ser feitas com rigor e com observância dos cânones científicos. Fossem feitas por entidades acadêmicas, interessadas na apuração dos dados reais e no seu tratamento mediante as estritas leis da estatística, teríamos menos razão de duvidar de sua credibilidade. Aliás, a pesquisa eleitoral deriva, precisamente, dos progressos acadêmicos no campo das sondagens de opinião, que, sobretudo depois dos anos 30 do século passado, conheceram notável desenvolvimento.

Como é feita uma pesquisa de opinião num centro universitário de pesquisa, com finalidades acadêmicas? **Trata-se de uma complexa operação.**

**Os questionários**, por exemplo, precisam ser objeto de cuidadosa preparação. Perguntar – e perguntar corretamente – é uma difícil arte. Para escolher uma pergunta apta a captar a opinião verdadeira do entrevistado, o

pesquisador tem de investir bastante em sua preparação e de submetê-la a um teste prévio. Só depois desse teste, que muitas vezes necessita de repetição, é que se incorpora uma pergunta ao questionário definitivo. A pergunta não pode induzir a resposta. Não deve transmitir à pessoa entrevistada uma ideia de que alguma de suas opções de resposta seja malvista ou condenável. Não pode conter ambiguidades. As palavras que usa a pesquisa devem ter seu sentido claro e compreensível por todas as camadas da população que vai ser pesquisada.

Tomemos um outro aspecto da pesquisa: **a escolha dos entrevistadores**, aqueles que vão ao campo entrevistar as pessoas que entram na amostra. Aí reside um ponto sobre o qual é preciso ter muito cuidado. Um exemplo ilustra bem a importância do entrevistador. Tratava-se da primeira eleição, no regime sandinista da Nicarágua. Várias empresas internacionais realizaram prévias eleitorais. Todas, exceto uma, erraram o prognóstico, dando a vitória ao candidato sandinista. Ganhou a opositora, Violeta Chamorro. Qual foi o segredo do instituto vencedor? Foi a escolha dos entrevistadores. Em geral, é mais fácil usar estudantes, gente jovem. Foi o que fizeram os institutos que erraram. O instituto que acertou estava muito atento à conjuntura política e achou que entrevistadores jovens, barbudos, com cara de favoráveis ao regime, induziriam respostas falsas dos entrevistados, temerosos de revelar sua real preferência. Optou, então, por pessoas um pouco mais velhas, senhoras de classe média, perante as quais o eleitor de Chamorro não se inibiu de dizer em quem ia votar. E o instituto colheu os frutos de sua estratégia, tendo acertado o prognóstico e merecido reconhecimento internacional.

**A escolha da amostra** é outra operação delicada e estratégica. Uma amostra confiável exigiria perfeito mapeamento do universo da pesquisa, conhecimento das reais características sociais e econômicas das pessoas suscetíveis de entrar na amostra. Um pequeno número de pessoas, comparado ao universo que vão representar, pode refletir à perfeição as características básicas desse universo e, portanto, permitir inferências sobre este. Mas a amostra tem de ser muito bem feita para que tal resultado seja possível.

Como posso saber o que pensa toda uma população, se me limito a entrevistar apenas um pedaço dela, que não reflete suas características mais importantes? Por isso, os estatísticos falam de amostra probabilística, ou seja, ela tem de ser selecionada por métodos aleatórios, e não escolhida segundo os caprichos do pesquisador.

**Levar uma pesquisa ao campo** é outra operação complicada, cheia de percalços. Será que os pesquisadores foram corretos, de fato entrevistaram as pessoas, ou simplesmente inventaram as respostas, sentados à mesa de um boteco?

É preciso, então, testar o trabalho de campo. Localizar uma subamostra das pessoas que teriam sido entrevistadas e saber se de fato o pesquisador as procurou e lhes aplicou o questionário.

É realmente intrincado o caminho para fazer uma pesquisa de opinião. Nele existem inúmeras ocasiões de erro a cada passo mesmo na suposição de que estamos diante de pesquisadores honestos, preocupados com a verdade científica e trabalhando no ambiente acadêmico.

**A sondagem eleitoral** nos leva a um outro terreno, pois os interesses empresariais e políticos se entrecruzam, e os interesses científicos deixam de ser os mais relevantes.

**O custo de uma pesquisa bem feita é alto.** É preciso cortar despesas, se não a empreitada não compensa. Que custos se cortam e como afetam a qualidade do trabalho? Além do mais, nas pesquisas eleitorais, o tempo é curto, pois a pesquisa tem de orientar decisões rápidas, e a pressa, como sabemos, é inimiga da perfeição.

Um dos primeiros sacrifícios que se fazem dá-se **na amostragem**. Abandonam-se os métodos probabilísticos, os únicos capazes de afixar inferências sobre o universo. As amostras, em vez de obtidas por sorteio, passam a ser objeto de quotas, fixadas para o entrevistador preencher. Tantos homens, tantas mulheres, tantos de tal grupo etário, etc. etc. etc. Às vezes, em lugar de ir de casa em casa, pesquisa-se em pontos de coleta, supondo que quem por ali passa seja representativo da população. Mas pode não ser... Tal procedimento permite rapidez e barateia muito a sondagem, mas tem seu preço em termos de precisão.

Rigorosamente falando, se a amostra deixa de ser probabilística, os métodos estatísticos baseados na probabilidade perdem sentido. Portanto, falar em **margem de erro** é uma liberdade de expressão, pois só pode ser calculada para amostras probabilísticas.

Duvida-se da credibilidade dos institutos de pesquisa. A própria necessidade de enfrentar custos muito altos que o ouvir centenas de pessoas acarreta-nos leva à necessidade de olhar os dados de prévias eleitorais com muita cautela.

E o que é mais relevante para o processo democrático: **o papel da pesquisa na informação do eleitor e sua influência no voto**. A cada eleição, verificamos um fato intrigante: os institutos apresentam dados bem divergentes no começo e, a cada semana, quanto mais próximo do pleito, os dados começam a convergir. Não denota esse fato que as pesquisas passam a ser mais cuidadosas, as amostras mais fidedignas, a supervisão do trabalho mais rigorosa, quanto mais próximos estejamos da hora da verdade, ou seja, o resultado das urnas? Porque uma

previsão errada, sem dúvida, vai prejudicar a reputação de quem a fez e o instituto deixará de ser procurado em novos pleitos.

Ora, se isso ocorre, há um problema muito sério em termos de formação da opinião pública. É que o eleitor vai estruturar sua opinião a partir de informações **que podem não ser exatas**. Há, por exemplo, o fenômeno que a Ciência Política conhece como **voto estratégico**. O eleitor prefere o candidato A, mas a pesquisa lhe dá poucas chances de vitória. Então vota em B, sua segunda preferência, que a pesquisa mostra estar mais bem colocado, a fim de derrotar C, que não quer ver eleito de forma nenhuma. E se os dados referentes a A não forem confiáveis? O candidato A será prejudicado e o eleitor deixará de votar nele, apesar de que o preferisse. É um **fato grave para a democracia**, porque a prejudica num elemento fundamental, a escolha do eleitor segundo sua **real vontade**.

Vamos a um outro grande problema, que a pesquisa pode gerar, no atual contexto de financiamento de campanhas. Se os dados mostram um candidato com menos preferências eleitorais do que as que de fato tem, terá mais dificuldade de obter **financiamento**. Se os dados exageram as preferências de um outro candidato, este encontrará maior facilidade de ter patrocinadores. Mais prejuízo para os valores democráticos.

É bem verdade que a nossa Lei Eleitoral (Lei nº 9.504/1997) estipula condições de controle, com o registro dos dados na Justiça Eleitoral. Mas, com realismo, não há condição de se proceder a um exame, mesmo que sumário, desse material. Nossa Justiça Eleitoral teria de ter um bom contingente de peritos para aferir a seriedade e confiabilidade do trabalho feito. E se houvesse falhas e fraudes? O prejuízo já estaria feito, irreversível, sem cura.

Convenhamos que tais fatos deturpam o processo eleitoral.

As eleições de 2012 demonstraram graves erros em pesquisas divulgadas por institutos renomados. Apenas, a título de exemplificação, em Maringá, o IBOPE apresentou pesquisa favorável ao candidato do PT com 41% e do PP com 34%; sendo que o PP venceu com 42% e o PT teve 35%. Isso mesmo com os inúmeros votos certamente perdidos pelo PP, tendo em vista que é reconhecida a tendência de nosso eleitor de **não dar voto perdido** (voto “útil”).

Os candidatos devem ser escolhidos por sua história, seu currículo, suas propostas, não por sua posição nas pesquisas.

Daí a nossa proposta, de proibir a divulgação de pesquisas no período eleitoral.

Há que se sopesar o direito fundamental à liberdade de informação com o direito fundamental à soberania do voto, à liberdade de sua formação, sem seu direcionamento.

Entendemos restar preservada, nesta proposta, a **democracia** e, assim, contamos com o apoio dos nobres Pares para a aprovação da presente proposição.

Sala das Sessões, em 13 de março de 2013.

Deputada FLÁVIA MORAIS

<b>LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI</b>
--

**LEI Nº 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:

.....  
**DAS PESQUISAS E TESTES PRÉ-ELEITORAIS**  
.....

Art. 35-A. *(Artigo acrescido pela Lei nº 11.300, de 10/5/2006 e declarado inconstitucional, em controle concentrado, pelo Supremo Tribunal Federal, pela ADIN nº 3.741-2, publicada no DO de 14/3/2007)*

**DA PROPAGANDA ELEITORAL EM GERAL**

Art. 36. A propaganda eleitoral somente é permitida após o dia 5 de julho do ano da eleição.

§ 1º Ao postulante a candidatura a cargo eletivo é permitida a realização, na quinzena anterior à escolha pelo partido, de propaganda intrapartidária com vista à indicação de seu nome, vedado o uso de rádio, televisão e *outdoor*.

§ 2º No segundo semestre do ano da eleição, não será veiculada a propaganda partidária gratuita prevista em lei nem permitido qualquer tipo de propaganda política paga no rádio e na televisão.

§ 3º A violação do disposto neste artigo sujeitará o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado o seu prévio conhecimento, o beneficiário à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), ou ao equivalente ao custo da propaganda, se este for maior. *(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009)*

§ 4º Na propaganda dos candidatos a cargo majoritário, deverão constar, também, o nome dos candidatos a vice ou a suplentes de Senador, de modo claro e legível, em tamanho não inferior a 10% (dez por cento) do nome do titular. *(Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009)*

§ 5º A comprovação do cumprimento das determinações da Justiça Eleitoral relacionadas a propaganda realizada em desconformidade com o disposto nesta Lei poderá ser apresentada no Tribunal Superior Eleitoral, no caso de candidatos a Presidente e Vice-Presidente da República, nas sedes dos respectivos Tribunais Regionais Eleitorais, no caso de candidatos a Governador, Vice-Governador, Deputado Federal, Senador da República, Deputados Estadual e Distrital, e, no Juízo Eleitoral, na hipótese de candidato a Prefeito, Vice-Prefeito e Vereador. *(Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009)*  
.....  
.....

# PROJETO DE LEI N.º 2, DE 2015

## (Do Sr. Ricardo Barros)

Modifica a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, a fim de permitir a veiculação de pesquisas eleitorais somente até quinze dias antes das eleições.

**NOVO DESPACHO:**  
APENSE-SE AO PL-4574/2012

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1.º. É introduzido parágrafo quinto no art. 33 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, com a seguinte redação:

“Art.33.....

.....  
“§ 5º As pesquisas de intenção de votos só poderão ser divulgadas até quinze dias antes das eleições.

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

### JUSTIFICATIVA

No primeiro turno das eleições 2012, no último dia 7 de outubro, foram constatadas divergências graves em pesquisas eleitorais realizadas por institutos renomados e divulgados pelos meios de comunicação de massa.

Como estas pesquisas podem influenciar a decisão de eleitores, é necessário que os critérios para sua divulgação obedçam extremo rigor, não podendo incorrer em erros maiores do que a margem estipulada, prejudicando candidatos que estão em acordo com as leis eleitorais, cumprindo com suas obrigações.

A divulgação de uma pesquisa às vésperas do pleito não permite aos partidos políticos a verificação dos dados, métodos adotados e prováveis erros que possam causar efeitos danosos ao processo eleitoral brasileiro.

Fatos ocorridos em diversas localidades, como Maringá, onde o IBOPE apresentou pesquisa favorável ao candidato do PT com 41% e do PP com 34% e o resultado foi justamente o oposto com a vitória do PP com 42% e PT com 35%, Foz do Iguaçu, Ponta Grossa onde a pesquisa do IBOPE beneficiou o candidato do PT, tirando da disputa o candidato do PDT e prejudicando o do PPS e Manaus, que de forma gritante prejudicou o candidato do PSDB, são exemplos de divergências além da normalidade com o resultado do pleito, inadmissíveis na transparência que o sistema vem aperfeiçoando a cada nova eleição.

Não é adequado que a legislação permita a desinformação do eleitor permitindo a divulgação de dados num veículo que atinge mais de 40% de audiência e pode mudar os rumos de uma eleição, impactando no resultado, colocando em risco a democracia.

Não cabe em nosso processo eleitoral a veiculação de dados apresentados ao eleitor como verdade incontestável, que posteriormente divirjam acentuadamente do resultado das urnas. O eleitor deve confiar neste processo como um todo, inclusive nos institutos de pesquisa e na imprensa.

A proposta apresentada não pretende impedir as pesquisas feitas pelos institutos, mas coibir divulgações de dados através dos meios de comunicação de massa, sem

que haja tempo hábil para a verificação destes dados, métodos e possíveis erros, atendendo rigorosamente as normas determinadas pelo código eleitoral.

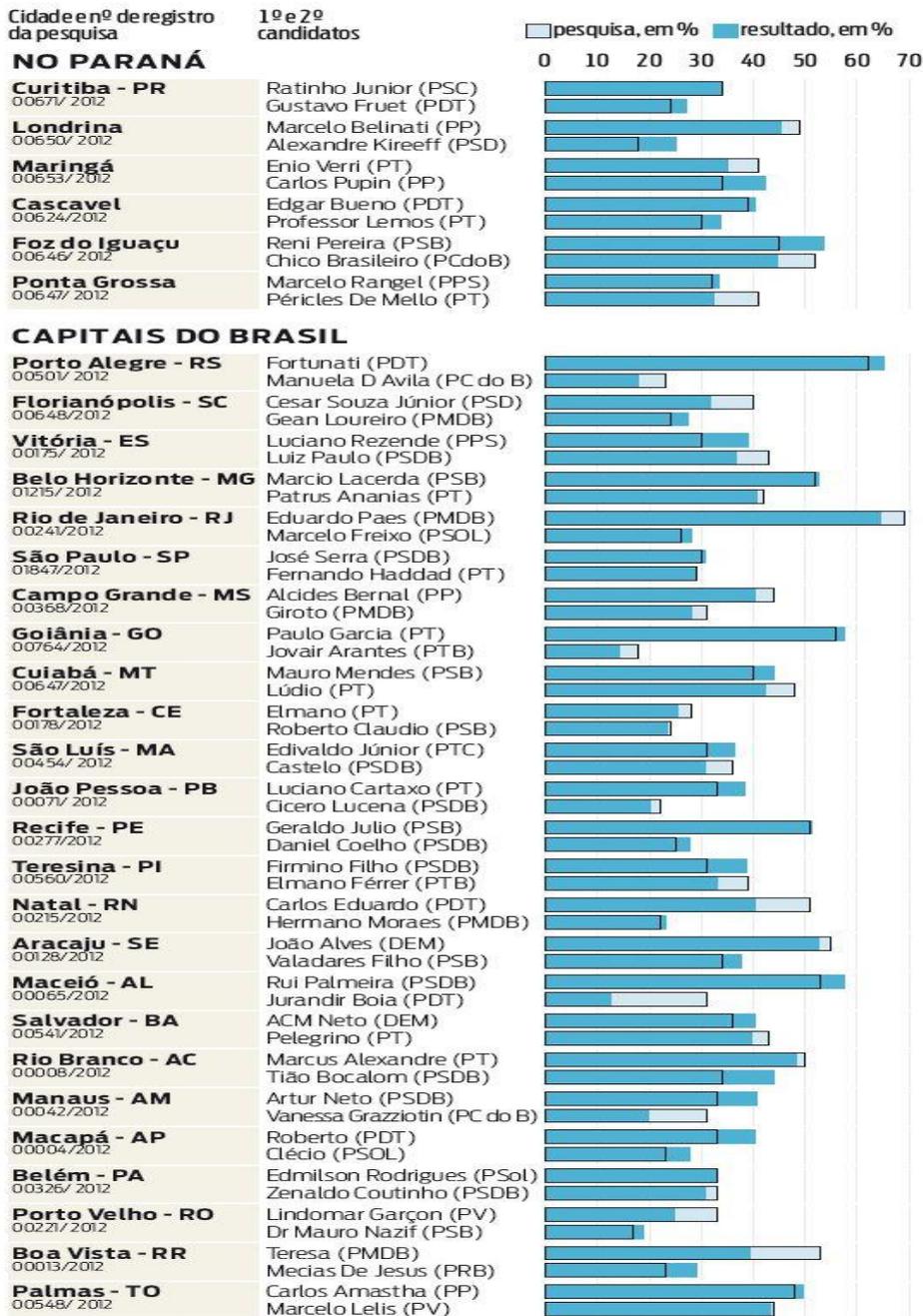
Nosso sistema eleitoral, controlado pelo Tribunal Superior Eleitoral e Tribunais Regionais é reconhecido mundialmente pela eficiência e transparência e não há espaço para eventuais irregularidades que possam ferir sua lisura.

Sala das Sessões, em 02 de fevereiro de 2015.

Deputado RICARDO BARROS

## DESCONECTADAS

A diferença entre as pesquisas e o resultado pode ser fruto de erro na coleta de informações. Porém, manter uma equipe de campo mais qualificada tornaria a pesquisa ainda mais cara.



Fonte: Ibope (pesquisas) e TSE (resultados). Infografia: Gazeta do Povo.

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**  
 Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
 Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
 Seção de Legislação Citada - SELEC

**LEI Nº 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:

.....  
**DAS PESQUISAS E TESTES PRÉ-ELEITORAIS**

Art. 33. As entidades e empresas que realizarem pesquisas de opinião pública relativas às eleições ou aos candidatos, para conhecimento público, são obrigadas, para cada pesquisa, a registrar, junto à Justiça Eleitoral, até cinco dias antes da divulgação, as seguintes informações:

I - quem contratou a pesquisa;

II - valor e origem dos recursos despendidos no trabalho;

III - metodologia e período de realização da pesquisa;

IV - plano amostral e ponderação quanto a sexo, idade, grau de instrução, nível econômico e área física de realização do trabalho a ser executado, intervalo de confiança e margem de erro; (*Inciso com redação dada pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013*)

V - sistema interno de controle e verificação, conferência e fiscalização da coleta de dados e do trabalho de campo;

VI - questionário completo aplicado ou a ser aplicado;

VII - nome de quem pagou pela realização do trabalho e cópia da respectiva nota fiscal. (*Inciso com redação dada pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013*)

§ 1º As informações relativas às pesquisas serão registradas nos órgãos da Justiça Eleitoral aos quais compete fazer o registro dos candidatos.

§ 2º A Justiça Eleitoral afixará no prazo de vinte e quatro horas, no local de costume, bem como divulgará em seu sítio na internet, aviso comunicando o registro das informações a que se refere este artigo, colocando-as à disposição dos partidos ou coligações com candidatos ao pleito, os quais a elas terão livre acesso pelo prazo de 30 (trinta) dias. (*Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009*)

§ 3º A divulgação de pesquisa sem o prévio registro das informações de que trata este artigo sujeita os responsáveis a multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR.

§ 4º A divulgação de pesquisa fraudulenta constitui crime, punível com detenção de seis meses a um ano e multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR.

§ 5º É vedada, no período de campanha eleitoral, a realização de enquetes relacionadas ao processo eleitoral. (*Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013*)

Art. 34. (VETADO)

§ 1º Mediante requerimento à Justiça Eleitoral, os partidos poderão ter acesso ao sistema interno de controle, verificação e fiscalização da coleta de dados das entidades que divulgaram pesquisas de opinião relativas às eleições, incluídos os referentes à identificação dos entrevistadores e, por meio de escolha livre e aleatória de planilhas individuais, mapas ou equivalentes, confrontar e conferir os dados publicados, preservada a identidade dos respondentes.

§ 2º O não-cumprimento do disposto neste artigo ou qualquer ato que vise a retardar,

impedir ou dificultar a ação fiscalizadora dos partidos constitui crime, punível com detenção, de seis meses a um ano, com a alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo prazo, e multa no valor de dez mil a vinte mil UFIR.

§ 3º A comprovação de irregularidade nos dados publicados sujeita os responsáveis às penas mencionadas no parágrafo anterior, sem prejuízo da obrigatoriedade da veiculação dos dados corretos no mesmo espaço, local, horário, página, caracteres e outros elementos de destaque, de acordo com o veículo usado.

.....

.....

## **PROJETO DE LEI N.º 674, DE 2015**

### **(Do Sr. Adelson Barreto)**

Acrescente-se novo parágrafo ao artigo 33 da Lei 9.504 de 30 de dezembro de 1997.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE À(AO) PL-2/2015.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º O artigo 33 da Lei 9.504 de 30 de dezembro de 1997, passa a vigorar acrescido do parágrafo sexto:

“Art. 33 - .....

§ 6º - “É vedada a divulgação de pesquisas eleitorais, por qualquer meio, logo após a realização das convenções partidárias.”

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

### **JUSTIFICAÇÃO**

“Utilizadas pelo mercado financeiro para especular e pelas emissoras de rádio e televisão para nortear sua cobertura, as pesquisas têm de fato influência direta e indireta no resultado das eleições. No entanto, a interferência ilegítima e nefasta das manipulações, ainda que possível, não pode ser comprovada.

As pesquisas eleitorais também projetam cenários, indicam possibilidades, produzem informação e geram expectativas, porém não adivinham o futuro, ainda que ajudem a definir seus rumos. Contudo, diferentemente da previsão dos “videntes”, nas hipóteses levantadas junto ao eleitor não há espaço para a interferência do acaso, como uma tragédia”.

Diante do exposto, conto os nobres pares pela aprovação desta proposta ora apresentada.

Sala das Sessões, em 11 de março de 2015.

Deputado **Adelson Barreto**  
PTB/SE

<b>LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI</b>
--

**LEI Nº 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:

.....  
**DAS PESQUISAS E TESTES PRÉ-ELEITORAIS**

Art. 33. As entidades e empresas que realizarem pesquisas de opinião pública relativas às eleições ou aos candidatos, para conhecimento público, são obrigadas, para cada pesquisa, a registrar, junto à Justiça Eleitoral, até cinco dias antes da divulgação, as seguintes informações:

- I - quem contratou a pesquisa;
- II - valor e origem dos recursos despendidos no trabalho;
- III - metodologia e período de realização da pesquisa;
- IV - plano amostral e ponderação quanto a sexo, idade, grau de instrução, nível econômico e área física de realização do trabalho a ser executado, intervalo de confiança e margem de erro; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013)*
- V - sistema interno de controle e verificação, conferência e fiscalização da coleta de dados e do trabalho de campo;
- VI - questionário completo aplicado ou a ser aplicado;
- VII - nome de quem pagou pela realização do trabalho e cópia da respectiva nota fiscal. *(Inciso com redação dada pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013)*

§ 1º As informações relativas às pesquisas serão registradas nos órgãos da Justiça Eleitoral aos quais compete fazer o registro dos candidatos.

§ 2º A Justiça Eleitoral afixará no prazo de vinte e quatro horas, no local de costume, bem como divulgará em seu sítio na internet, aviso comunicando o registro das informações a que se refere este artigo, colocando-as à disposição dos partidos ou coligações com candidatos ao pleito, os quais a elas terão livre acesso pelo prazo de 30 (trinta) dias. *(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009)*

§ 3º A divulgação de pesquisa sem o prévio registro das informações de que trata este artigo sujeita os responsáveis a multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR.

§ 4º A divulgação de pesquisa fraudulenta constitui crime, punível com detenção de seis meses a um ano e multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR.

§ 5º É vedada, no período de campanha eleitoral, a realização de enquetes

relacionadas ao processo eleitoral. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013](#))

Art. 34. (VETADO)

§ 1º Mediante requerimento à Justiça Eleitoral, os partidos poderão ter acesso ao sistema interno de controle, verificação e fiscalização da coleta de dados das entidades que divulgaram pesquisas de opinião relativas às eleições, incluídos os referentes à identificação dos entrevistadores e, por meio de escolha livre e aleatória de planilhas individuais, mapas ou equivalentes, confrontar e conferir os dados publicados, preservada a identidade dos respondentes.

§ 2º O não-cumprimento do disposto neste artigo ou qualquer ato que vise a retardar, impedir ou dificultar a ação fiscalizadora dos partidos constitui crime, punível com detenção, de seis meses a um ano, com a alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo prazo, e multa no valor de dez mil a vinte mil UFIR.

§ 3º A comprovação de irregularidade nos dados publicados sujeita os responsáveis às penas mencionadas no parágrafo anterior, sem prejuízo da obrigatoriedade da veiculação dos dados corretos no mesmo espaço, local, horário, página, caracteres e outros elementos de destaque, de acordo com o veículo usado.

.....  
 .....  
**PROJETO DE LEI N.º 4.290, DE 2016**  
**(Do Sr. Carlos Henrique Gaguim)**

Altera a Lei Nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, para vedar a divulgação de pesquisas eleitorais realizadas na data do pleito (pesquisas de boca de urna)

**DESPACHO:**  
 APENSE-SE À(AO) PL-4574/2012.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Acrescente-se à Lei Nº 9.504, de 1997, o seguinte art. 35-B:

“Art. 35-B É vedada a divulgação de levantamento de intenção de voto realizado no dia das eleições antes do encerramento do pleito em cada circunscrição eleitoral.”

Art. 2º. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

**JUSTIFICAÇÃO**

A legislação eleitoral em vigor é silente com relação à chamada pesquisa de “boca de urna”. O tema não é tratado nem pela Lei Nº 4.737, de 15 de

julho de 1965 (Código Eleitoral), nem pela Lei Nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições). Nessa última, o artigo 35-A, acrescentado pela Lei Nº 11.300, de 2006, que, vedando a divulgação de pesquisas eleitorais durante os quinze dias anteriores às eleições até às 18 horas do dia do pleito, abarcava a divulgação das pesquisas de “boca de urna”, foi declarado inconstitucional, em controle concentrado, por decisão unânime do Supremo Tribunal Federal, em 31 de maio de 2006.

Ora, mais do que qualquer outra sondagem eleitoral, a pesquisa de “boca de urna” apresenta um substancial potencial de influenciar eleitores que, por acaso ainda não tenham votado e que tomem conhecimento dos resultados antes do fechamento das urnas. Trata-se de um potencial particularmente ameaçador ao equilíbrio e à igualdade de condições impostas aos candidatos pelo processo eleitoral.

Num país de dimensões continentais como o nosso, onde coexistem diferentes fusos horários, a ameaça é bem real, podendo a divulgação dessas pesquisas veiculada por meio do rádio, da televisão, ou da internet, interferir no comportamento de eleitores de locais que não tenham encerrado as votações.

Conhecendo a problemática, a Justiça Eleitoral regulamentou a divulgação das pesquisas de “boca de urna” por meio de sua Resolução do TSE Nº 23.400, de 2013, que dispôs sobre pesquisas eleitorais para as Eleições de 2014. O art. 13 da mencionada resolução estabelece os horários a partir dos quais a divulgação das pesquisas de “boca de urna” poderá ser realizada.

O objetivo da presente proposição é consolidar a correta determinação da Justiça Eleitoral, transformando-a em lei. Assim, recebe o aval e a chancela dos legítimos representantes da sociedade brasileira essa regra, que aprimora o processo eleitoral, livrando-o de quaisquer interferências que tais sondagens de intenção de voto possam causar aos certames eleitorais.

Sala das Sessões, em 3 de fevereiro de 2016.

Deputado CARLOS HENRIQUE GAGUIM

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
 Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
 Seção de Legislação Citada - SELEC

**LEI Nº 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:

---

## DAS PESQUISAS E TESTES PRÉ-ELEITORAIS

---

Art. 35. Pelos crimes definidos nos arts. 33, § 4º e 34, §§ 2º e 3º, podem ser responsabilizados penalmente os representantes legais da empresa ou entidade de pesquisa e do órgão veiculador.

Art. 35-A. [\(Artigo acrescido pela Lei nº 11.300, de 10/5/2006 e declarado inconstitucional, em controle concentrado, pelo Supremo Tribunal Federal, pela ADIN nº 3.741-2, publicada no DO de 14/3/2007\)](#)

## DA PROPAGANDA ELEITORAL EM GERAL

Art. 36. A propaganda eleitoral somente é permitida após o dia 15 de agosto do ano da eleição. [\(“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015\)](#)

§ 1º Ao postulante a candidatura a cargo eletivo é permitida a realização, na quinzena anterior à escolha pelo partido, de propaganda intrapartidária com vista à indicação de seu nome, vedado o uso de rádio, televisão e *outdoor*.

§ 2º No segundo semestre do ano da eleição, não será veiculada a propaganda partidária gratuita prevista em lei nem permitido qualquer tipo de propaganda política paga no rádio e na televisão.

§ 3º A violação do disposto neste artigo sujeitará o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado o seu prévio conhecimento, o beneficiário à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), ou ao equivalente ao custo da propaganda, se este for maior. [\(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009\)](#)

§ 4º Na propaganda dos candidatos a cargo majoritário deverão constar, também, os nomes dos candidatos a vice ou a suplentes de senador, de modo claro e legível, em tamanho não inferior a 30% (trinta por cento) do nome do titular. [\(Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009 e com redação dada pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015\)](#)

§ 5º A comprovação do cumprimento das determinações da Justiça Eleitoral relacionadas a propaganda realizada em desconformidade com o disposto nesta Lei poderá ser apresentada no Tribunal Superior Eleitoral, no caso de candidatos a Presidente e Vice-Presidente da República, nas sedes dos respectivos Tribunais Regionais Eleitorais, no caso de candidatos a Governador, Vice-Governador, Deputado Federal, Senador da República, Deputados Estadual e Distrital, e, no Juízo Eleitoral, na hipótese de candidato a Prefeito, Vice-Prefeito e Vereador. [\(Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009\)](#)

---

## LEI Nº 4.737, DE 15 DE JULHO DE 1965

Institui o Código Eleitoral.

### O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que sanciono a seguinte Lei, aprovada pelo Congresso Nacional, nos termos do art. 4º, *caput*, do Ato Institucional, de 9 de abril de 1964.

### PARTE PRIMEIRA INTRODUÇÃO

Art.1º Este Código contém normas destinadas a assegurar a organização e o exercício de direitos políticos precipuamente os de votar e ser votado.

Parágrafo único. O Tribunal Superior Eleitoral expedirá Instruções para sua fiel execução.

Art. 2º Todo poder emana do povo e será exercido, em seu nome, por mandatários escolhidos, direta e secretamente, dentre candidatos indicados por partidos políticos nacionais, ressalvada a eleição indireta nos casos previstos na Constituição e leis específicas.

---

## LEI Nº 11.300, DE 10 DE MAIO DE 2006

Dispõe sobre propaganda, financiamento e prestação de contas das despesas com campanhas eleitorais, alterando a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997.

### O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

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

alterações:

"Art. 17-A. A cada eleição caberá à lei, observadas as peculiaridades locais, fixar até o dia 10 de junho de cada ano eleitoral o limite dos gastos de campanha para os cargos em disputa; não sendo editada lei até a data estabelecida, caberá a cada partido político fixar o limite de gastos, comunicando à Justiça Eleitoral, que dará a essas informações ampla publicidade."

"Art. 18. No pedido de registro de seus candidatos, os partidos e coligações comunicarão aos respectivos Tribunais Eleitorais os valores máximos de gastos que farão por cargo eletivo em cada eleição a que concorrerem, observados os limites estabelecidos, nos termos do art. 17-A desta Lei.

....." (NR)

"Art. 21. O candidato é solidariamente responsável com a pessoa indicada na forma do art. 20 desta Lei pela veracidade das informações financeiras e contábeis de sua campanha, devendo ambos assinar a respectiva prestação de contas." (NR)

"Art. 22. ....

.....  
 § 3º O uso de recursos financeiros para pagamentos de gastos eleitorais que não provenham da conta específica de que trata o caput deste artigo implicará a desaprovação da prestação de contas do partido ou candidato; comprovado abuso de poder econômico, será cancelado o registro da candidatura ou cassado o diploma, se já houver sido outorgado.

§ 4º Rejeitadas as contas, a Justiça Eleitoral remeterá cópia de todo o processo ao Ministério Público Eleitoral para os fins previstos no art. 22 da Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990." (NR)

"Art. 23. ....

.....  
 § 4º As doações de recursos financeiros somente poderão ser efetuadas na conta mencionada no art. 22 desta Lei por meio de:

I - cheques cruzados e nominais ou transferência eletrônica de depósitos;

II - depósitos em espécie devidamente identificados até o limite fixado no inciso I do § 1º deste artigo.

§ 5º Ficam vedadas quaisquer doações em dinheiro, bem como de troféus, prêmios, ajudas de qualquer espécie feitas por candidato, entre o registro e a eleição, a pessoas físicas ou jurídicas." (NR)

"Art. 24. ....

.....  
 VIII - entidades beneficentes e religiosas;

IX - entidades esportivas que recebam recursos públicos;

X - organizações não-governamentais que recebam recursos públicos;

XI - organizações da sociedade civil de interesse público." (NR)

"Art. 26. São considerados gastos eleitorais, sujeitos a registro e aos limites fixados nesta Lei:

.....  
 IV - despesas com transporte ou deslocamento de candidato e de pessoal a serviço das candidaturas;

.....  
 IX - a realização de comícios ou eventos destinados à promoção de

candidatura;

.....  
 XI - (Revogado);

.....  
 XIII - (Revogado);

.....  
 XVII - produção de jingles, vinhetas e slogans para propaganda eleitoral." (NR)

"Art. 28. ....

.....  
 § 4º Os partidos políticos, as coligações e os candidatos são obrigados, durante a campanha eleitoral, a divulgar, pela rede mundial de computadores (internet), nos dias 6 de agosto e 6 de setembro, relatório discriminando os recursos em dinheiro ou estimáveis em dinheiro que tenham recebido para financiamento da campanha eleitoral, e os gastos que realizarem, em sítio criado pela Justiça Eleitoral para esse fim, exigindo-se a indicação dos nomes dos doadores e os respectivos valores doados somente na prestação de contas final de que tratam os incisos III e IV do art. 29 desta Lei." (NR)

"Art. 30. ....

§ 1º A decisão que julgar as contas dos candidatos eleitos será publicada em sessão até 8 (oito) dias antes da diplomação.

....." (NR)

"Art. 30-A. Qualquer partido político ou coligação poderá representar à Justiça Eleitoral relatando fatos e indicando provas e pedir a abertura de investigação judicial para apurar condutas em desacordo com as normas desta Lei, relativas à arrecadação e gastos de recursos.

§ 1º Na apuração de que trata este artigo, aplicar-se-á o procedimento previsto no art. 22 da Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990, no que couber.

§ 2º Comprovados captação ou gastos ilícitos de recursos, para fins eleitorais, será negado diploma ao candidato, ou cassado, se já houver sido outorgado."

"Art. 35-A. É vedada a divulgação de pesquisas eleitorais por qualquer meio de comunicação, a partir do décimo quinto dia anterior até as 18 (dezoito) horas do dia do pleito."

"Art. 37. Nos bens cujo uso dependa de cessão ou permissão do Poder Público, ou que a ele pertençam, e nos de uso comum, inclusive postes de iluminação pública e sinalização de tráfego, viadutos, passarelas, pontes, paradas de ônibus e outros equipamentos urbanos, é vedada a veiculação de propaganda de qualquer natureza, inclusive pichação, inscrição a tinta, fixação de placas, estandartes, faixas e assemelhados.

§ 1º A veiculação de propaganda em desacordo com o disposto no caput deste artigo sujeita o responsável, após a notificação e comprovação, à restauração do bem e, caso não cumprida no prazo, a multa no valor de R\$ 2.000,00 (dois mil reais) a R\$ 8.000,00 (oito mil reais).

....." (NR)

"Art. 39. ....

.....  
 § 4º A realização de comícios e a utilização de aparelhagem de sonorização fixa são permitidas no horário compreendido entre as 8 (oito) e as 24 (vinte e quatro) horas.

§ 5º .....

.....  
 II - a arregimentação de eleitor ou a propaganda de boca de urna;

III - a divulgação de qualquer espécie de propaganda de partidos políticos ou de seus candidatos, mediante publicações, cartazes, camisas, bonés, broches ou dísticos em vestuário.

§ 6º É vedada na campanha eleitoral a confecção, utilização, distribuição por comitê, candidato, ou com a sua autorização, de camisetas, chaveiros, bonés, canetas, brindes, cestas básicas ou quaisquer outros bens ou materiais que

possam proporcionar vantagem ao eleitor.

§ 7º É proibida a realização de showmício e de evento assemelhado para promoção de candidatos, bem como a apresentação, remunerada ou não, de artistas com a finalidade de animar comício e reunião eleitoral.

§ 8º É vedada a propaganda eleitoral mediante outdoors, sujeitando-se a empresa responsável, os partidos, coligações e candidatos à imediata retirada da propaganda irregular e ao pagamento de multa no valor de 5.000 (cinco mil) a 15.000 (quinze mil) UFIRs." (NR)

"Art. 40-A. (VETADO)"

"Art. 43. É permitida, até a antevéspera das eleições, a divulgação paga, na imprensa escrita, de propaganda eleitoral, no espaço máximo, por edição, para cada candidato, partido ou coligação, de um oitavo de página de jornal padrão e um quarto de página de revista ou tablóide.

Parágrafo único. A inobservância do disposto neste artigo sujeita os responsáveis pelos veículos de divulgação e os partidos, coligações ou candidatos beneficiados a multa no valor de R\$ 1.000,00 (mil reais) a R\$ 10.000,00 (dez mil reais) ou equivalente ao da divulgação da propaganda paga, se este for maior." (NR)

"Art. 45. ...." (NR)

§ 1º A partir do resultado da convenção, é vedado, ainda, às emissoras transmitir programa apresentado ou comentado por candidato escolhido em convenção.

....." (NR)

"Art. 47. ...." (NR)

§ 3º Para efeito do disposto neste artigo, a representação de cada partido na Câmara dos Deputados é a resultante da eleição.

....." (NR)

"Art. 54. (VETADO)"

"Art. 73. ...." (NR)

§ 10. No ano em que se realizar eleição, fica proibida a distribuição gratuita de bens, valores ou benefícios por parte da Administração Pública, exceto nos casos de calamidade pública, de estado de emergência ou de programas sociais autorizados em lei e já em execução orçamentária no exercício anterior, casos em que o Ministério Público poderá promover o acompanhamento de sua execução financeira e administrativa." (NR)

"Art. 90-A. (VETADO)"

"Art. 94-A. Os órgãos e entidades da Administração Pública direta e indireta poderão, quando solicitados, em casos específicos e de forma motivada, pelos Tribunais Eleitorais:

I - fornecer informações na área de sua competência;

II - ceder funcionários no período de 3 (três) meses antes a 3 (três) meses depois de cada eleição."

"Art. 94-B. (VETADO)"

Art. 2º O Tribunal Superior Eleitoral expedirá instruções objetivando a aplicação desta Lei às eleições a serem realizadas no ano de 2006.

## **RESOLUÇÃO Nº 23.400 DE 17 DE DEZEMBRO DE 2013**

*Consolidada com alterações*

Dispõe sobre pesquisas eleitorais para as eleições de 2014.

O Tribunal Superior Eleitoral, no uso das atribuições que lhe conferem o art. 23, inciso IX, do Código Eleitoral e o art. 105 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, resolve expedir a seguinte instrução:

## Seção II Da Divulgação dos Resultados

Art. 11. Na divulgação dos resultados de pesquisas, atuais ou não, serão obrigatoriamente informados:

I – o período de realização da coleta de dados;

II – a margem de erro;

III – o nível de confiança;

IV – o número de entrevistas;

V – o nome da entidade ou empresa que a realizou e, se for o caso, de quem a contratou;

VI – o número de registro da pesquisa.

Art. 12. As pesquisas realizadas em data anterior ao dia das eleições poderão ser divulgadas a qualquer momento, inclusive no dia das eleições, desde que respeitado o prazo previsto no art. 2º desta resolução e a menção às informações previstas no art. 11.

Art. 13. A divulgação de levantamento de intenção de voto efetivado no dia das eleições somente poderá ocorrer:

I - nas eleições relativas à escolha de Deputados Estaduais e Federais, Senador e Governador, a partir das 17 (dezessete) horas do horário local.

II - na eleição para a Presidência da República, tão logo encerrado, em todo o território nacional, o pleito.

•Inciso II com redação dada pelo art. 1º da Resolução TSE nº 23.425, de 27.5.2014.

Art. 14. Mediante requerimento ao Tribunal Eleitoral, os partidos políticos poderão ter acesso ao sistema interno de controle, verificação e fiscalização da coleta de dados das entidades e das empresas que divulgaram pesquisas de opinião relativas aos candidatos e às eleições, incluídos os referentes à identificação dos entrevistadores e, por meio de escolha livre e aleatória de planilhas individuais, mapas ou equivalentes, confrontar e conferir os dados publicados, preservada a identidade dos entrevistados (Lei nº 9.504/97, art. 34, § 1º).

§ 1º Além dos dados de que trata o caput, poderá o interessado ter acesso ao relatório entregue ao solicitante da pesquisa e ao modelo do questionário aplicado para facilitar a conferência das informações divulgadas.

§ 2º A solicitação de que trata o caput deverá ser instruída com cópia da pesquisa disponível no sítio do respectivo Tribunal Eleitoral.

§ 3º Os requerimentos realizados nos termos deste artigo serão autuados na classe Pet (Petição) e serão distribuídos a um dos Juízes Auxiliares do Tribunal, que examinando o pedido, sobre ele decidirá.

§ 4º Autorizado pelo Relator, a empresa responsável pela realização da pesquisa será intimada para disponibilizar o acesso aos documentos solicitados.

§ 5º Sendo de interesse do requerente e deferido o pedido, a empresa responsável pela pesquisa encaminhar-lhe-á os dados solicitados para o endereço eletrônico informado, ou por meio da mídia digital fornecida pelo requerente, no prazo de 2 (dois) dias, e, em igual prazo, permitirá o seu acesso, ou de representante por ele nomeado, à sede ou filial da empresa para o exame aleatório das planilhas, mapas ou equivalentes, em horário comercial, na forma definida pelo relator do pedido.

§ 6º O requerente ficará responsável pelo fornecimento de mídia para acesso digital ou pelo custo de reprografia de eventuais cópias físicas das planilhas, mapas ou equivalentes que solicitar.

§ 7º As informações das pesquisas realizadas por meio de dispositivos eletrônicos portáteis de que trata o § 8º do artigo 2º desta resolução, ressalvada a identificação dos entrevistados, deverão ser auditáveis e acessíveis no formato eletrônico.

.....  
.....

# **PROJETO DE LEI N.º 6.260, DE 2016**

## **(Do Sr. Nilson Leitão)**

Acrescenta o § 6.º ao art. 33 da Lei n.º 9.504, de 30 de setembro de 1997, que "estabelece normas para as eleições", para vedar a divulgação de pesquisas eleitorais em todo o período eleitoral.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE À(AO) PL-4574/2012.

**O CONGRESSO NACIONAL** decreta:

Art. 1.º Esta Lei acrescenta o § 6.º ao art. 33 da Lei n.º 9.504, de 30 de setembro de 1997, que “estabelece normas para as eleições”, para vedar a divulgação de pesquisas eleitorais em todo o período eleitoral.

Art. 2.º O art. 33 da Lei n.º 9.504, de 30 de setembro de 1997, passa a vigorar acrescida do seguinte § 6.º:

“Art. 33. ....

§ 6.º É vedada a divulgação de pesquisas em todo o período eleitoral.”

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

### **JUSTIFICATIVA**

As divergências entre os dados apontados em algumas pesquisas eleitorais e o resultado das urnas têm sido constatados com grande frequência nos últimos pleitos.

Os órgãos de imprensa dão conta da ocorrência de uma infinidade de casos em que pesquisas divulgadas pouco antes da eleição impactaram favorável ou desfavoravelmente determinadas candidaturas, influenciando fortemente ou mesmo alterando o resultado previamente delineado em outras sondagens.

E isso, usualmente, sem que se tenha havido prazo hábil para que aludidas pesquisas tivessem seu registro ou sua divulgação impugnadas perante o Juízo Eleitoral competente, nas hipóteses de inobservância dos requisitos estabelecidos pelo art. 33 da Lei das Eleições.

Os efeitos nefastos que as ocorrências acima referidas

causam para a legitimidade do processo eleitoral não podem e não devem ser admitidos por nosso ordenamento jurídico.

Por essa razão e diante da importância da medida legislativa proposta, solicito o apoio dos ilustres Pares para sua aprovação.

Sala das Sessões, em 10 de outubro de 2016.

**Deputado Nilson Leitão**  
**PSDB/MT**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**  
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

**LEI Nº 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:

.....  
**DAS PESQUISAS E TESTES PRÉ-ELEITORAIS**

Art. 33. As entidades e empresas que realizarem pesquisas de opinião pública relativas às eleições ou aos candidatos, para conhecimento público, são obrigadas, para cada pesquisa, a registrar, junto à Justiça Eleitoral, até cinco dias antes da divulgação, as seguintes informações:

- I - quem contratou a pesquisa;
- II - valor e origem dos recursos despendidos no trabalho;
- III - metodologia e período de realização da pesquisa;
- IV - plano amostral e ponderação quanto a sexo, idade, grau de instrução, nível econômico e área física de realização do trabalho a ser executado, intervalo de confiança e margem de erro; ([Inciso com redação dada pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013](#))
- V - sistema interno de controle e verificação, conferência e fiscalização da coleta de dados e do trabalho de campo;
- VI - questionário completo aplicado ou a ser aplicado;
- VII - nome de quem pagou pela realização do trabalho e cópia da respectiva nota fiscal. ([Inciso com redação dada pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013](#))

§ 1º As informações relativas às pesquisas serão registradas nos órgãos da Justiça Eleitoral aos quais compete fazer o registro dos candidatos.

§ 2º A Justiça Eleitoral afixará no prazo de vinte e quatro horas, no local de costume, bem como divulgará em seu sítio na internet, aviso comunicando o registro das informações a que se refere este artigo, colocando-as à disposição dos partidos ou coligações com candidatos ao pleito, os quais a elas terão livre acesso pelo prazo de 30 (trinta) dias. ([Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009](#))

§ 3º A divulgação de pesquisa sem o prévio registro das informações de que trata este artigo sujeita os responsáveis a multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR.

§ 4º A divulgação de pesquisa fraudulenta constitui crime, punível com detenção de seis meses a um ano e multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR.

§ 5º É vedada, no período de campanha eleitoral, a realização de enquetes

relacionadas ao processo eleitoral. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013](#))  
Art. 34. (VETADO)

§ 1º Mediante requerimento à Justiça Eleitoral, os partidos poderão ter acesso ao sistema interno de controle, verificação e fiscalização da coleta de dados das entidades que divulgaram pesquisas de opinião relativas às eleições, incluídos os referentes à identificação dos entrevistadores e, por meio de escolha livre e aleatória de planilhas individuais, mapas ou equivalentes, confrontar e conferir os dados publicados, preservada a identidade dos respondentes.

§ 2º O não-cumprimento do disposto neste artigo ou qualquer ato que vise a retardar, impedir ou dificultar a ação fiscalizadora dos partidos constitui crime, punível com detenção, de seis meses a um ano, com a alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo prazo, e multa no valor de dez mil a vinte mil UFIR.

§ 3º A comprovação de irregularidade nos dados publicados sujeita os responsáveis às penas mencionadas no parágrafo anterior, sem prejuízo da obrigatoriedade da veiculação dos dados corretos no mesmo espaço, local, horário, página, caracteres e outros elementos de destaque, de acordo com o veículo usado.

.....  
.....

## PROJETO DE LEI N.º 6.292, DE 2016

### (Da Sra. Jandira Feghali)

Acrescenta o Art. 33-A à Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997, e dá outras providências.

<p><b>DESPACHO:</b> APENSE-SE À(AO) PL-4574/2012.</p>
---

**O CONGRESSO NACIONAL** decreta:

Art. 1º Acrescente-se o Art. 33-A à Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997, com a seguinte redação:

“Art. 33-A É vedada a divulgação de pesquisas eleitorais por qualquer meio de comunicação nos quinze dias anteriores ao dia do pleito.

Parágrafo Único. A violação do disposto neste artigo sujeitará o responsável pela divulgação da pesquisa eleitoral ao pagamento de multa de 100% (cem por cento) a 200% (duzentos por cento) do valor pago pela pesquisa.” (NR)

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

### JUSTIFICAÇÃO

A cada processo eleitoral realizado no país constatamos o uso desmedido de

pesquisas de intenção de voto até a véspera da realização do pleito. As pesquisas eleitorais são excelentes mecanismos de informação à sociedade e especialmente, ao eleitor, no entanto, a sua publicação em períodos muito próximos ao dia do pleito têm influenciado de maneira negativa e induzido a migração de eleitores convictos de seu voto em favor do voto útil. Influencia, ainda, o voto do eleitor ainda indeciso que deveria basear-se nas propostas oferecidas por cada candidato.

Não se trata de condenar o voto útil, mas de banir sua prática numa situação onde o que deveria prevalecer é a identidade com o candidato e suas propostas e não a chantagem e a desinformação que levam os eleitores ao voto distinto de suas convicções e preferências.

Fala-se em direito à informação, mas o que vemos é uma manipulação de dados com o claro objetivo de alterar o resultado eleitoral. Não se trata, portanto, de negar informações aos eleitores, mas de garantir que ele seja livre para decidir seu voto a partir das informações que recebe dos candidatos, seja via propaganda eleitoral, seja em contato direto com as atividades de cada campanha. Ademais, a proposta não veda por completo a veiculação de pesquisas eleitorais, que continuarão à disposição dos eleitores no período que antecede as campanhas até os 15 dias anteriores ao pleito. A proibição compreende apenas o período mais próximo ao dia da eleição, onde ainda há muitos indecisos que poderiam abrir mão de suas convicções em favor do voto útil.

Pelo exposto, espero contar com o apoio dos nobres pares para a aprovação da presente proposição.

Sala das sessões em, 11 de outubro de 2016.

Deputada Jandira Feghali  
PCdoB/RJ

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**  
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

**LEI Nº 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:

.....  
**DAS PESQUISAS E TESTES PRÉ-ELEITORAIS**

Art. 33. As entidades e empresas que realizarem pesquisas de opinião pública relativas às eleições ou aos candidatos, para conhecimento público, são obrigadas, para cada pesquisa, a registrar, junto à Justiça Eleitoral, até cinco dias antes da divulgação, as seguintes informações:

- I - quem contratou a pesquisa;
- II - valor e origem dos recursos despendidos no trabalho;
- III - metodologia e período de realização da pesquisa;
- IV - plano amostral e ponderação quanto a sexo, idade, grau de instrução, nível econômico e área física de realização do trabalho a ser executado, intervalo de confiança e margem de erro; *(Inciso com redação dada pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013)*
- V - sistema interno de controle e verificação, conferência e fiscalização da coleta de dados e do trabalho de campo;
- VI - questionário completo aplicado ou a ser aplicado;
- VII - nome de quem pagou pela realização do trabalho e cópia da respectiva nota fiscal. *(Inciso com redação dada pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013)*

§ 1º As informações relativas às pesquisas serão registradas nos órgãos da Justiça Eleitoral aos quais compete fazer o registro dos candidatos.

§ 2º A Justiça Eleitoral afixará no prazo de vinte e quatro horas, no local de costume, bem como divulgará em seu sítio na internet, aviso comunicando o registro das informações a que se refere este artigo, colocando-as à disposição dos partidos ou coligações com candidatos ao pleito, os quais a elas terão livre acesso pelo prazo de 30 (trinta) dias. *(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009)*

§ 3º A divulgação de pesquisa sem o prévio registro das informações de que trata este artigo sujeita os responsáveis a multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR.

§ 4º A divulgação de pesquisa fraudulenta constitui crime, punível com detenção de seis meses a um ano e multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR.

§ 5º É vedada, no período de campanha eleitoral, a realização de enquetes relacionadas ao processo eleitoral. *(Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013)*

Art. 34. (VETADO)

§ 1º Mediante requerimento à Justiça Eleitoral, os partidos poderão ter acesso ao sistema interno de controle, verificação e fiscalização da coleta de dados das entidades que divulgaram pesquisas de opinião relativas às eleições, incluídos os referentes à identificação dos entrevistadores e, por meio de escolha livre e aleatória de planilhas individuais, mapas ou equivalentes, confrontar e conferir os dados publicados, preservada a identidade dos respondentes.

§ 2º O não-cumprimento do disposto neste artigo ou qualquer ato que vise a retardar, impedir ou dificultar a ação fiscalizadora dos partidos constitui crime, punível com detenção, de seis meses a um ano, com a alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo prazo, e multa no valor de dez mil a vinte mil UFIR.

§ 3º A comprovação de irregularidade nos dados publicados sujeita os responsáveis às penas mencionadas no parágrafo anterior, sem prejuízo da obrigatoriedade da veiculação dos dados corretos no mesmo espaço, local, horário, página, caracteres e outros elementos de destaque, de acordo com o veículo usado.

.....  
 .....

# PROJETO DE LEI N.º 6.679, DE 2016

(Do Sr. Cleber Verde)

Altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, incluindo o inciso VIII ao Art. 33, que trata das pesquisas e destes pré-Eleitorais.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE À(AO) PL-4574/2012.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

**Art. 1º** O art. 33 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, (Lei que Estabelece normas para as eleições – Das Pesquisas e Testes Pré-Eleitorais), passam a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 33. ....

VIII. As entidades e empresas que realizarem *pesquisas de opinião pública* relativas às eleições ou aos candidatos, para conhecimento público, só poderão ser divulgadas até 10 (dez) dias antes da realização da eleição, cuja omissão enseja sanção prevista do § 3º deste artigo

**Art. 2º** Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

## JUSTIFICATIVA

As pesquisas eleitorais sempre foram tema de polêmica desde que começaram a ser realizadas pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística - IBOPE em 1945. Desta época em diante, as pesquisas de intenção de voto passaram a ser comuns nas eleições brasileiras. Muitos institutos surgiram e as técnicas e métodos que são utilizados foram se aperfeiçoando. Mas, sempre que o Brasil passa por um novo processo eleitoral, as mesmas polêmicas envolvendo as pesquisas voltam à mídia, com discussões da confiabilidade e credibilidade ou não das pesquisas.

Qual o melhor tamanho da amostra em uma população infinita - eleitorado brasileiro? A resposta mais coerente, em função da análise estatística, se a amostra for grande é dispendiosa e demandam muito tempo de estudo-pesquisa e mensuração dos dados; se a amostra for pequena é menos precisa e pouco confiável. O tamanho da amostra depende do grau de confiança desejado, da margem de erro pretendida e do desvio padrão que está correlacionado diretamente com a margem de erro.

A inferência estatística - fazer afirmações sobre características de uma população baseando-se nos resultados de uma amostra - deve considerar a variável qualitativa e quantitativa conduzida na população - eleitorado brasileiro apto a votar - para se extrair uma amostra considerável para realização da análise da estatística descritiva, em função da probabilidade de um evento - atributo ou estrato - ocorrer e que possa ou não resultar em erro.

Os parâmetros da população que devem ser adotados: a média, a variância, o desvio padrão, o erro padrão, nível de confiança, intervalo de confiança, a margem de erro, entre outros, para conduzi-los a inferência e a metodologia de amostragem com análise da estimativa, destes parâmetros em relação à amostra considerada e pesquisada. A amostra, no caso do eleitorado brasileiro de 142.822.046 deveria, no mínimo, variar de 0,01% a 0,02% da população, assim, no mínimo, deveriam pesquisar de 14.282 a 28.564 eleitores aptos a exercer o direito de voto e considerando que em algumas situações o poder econômico e de mídia correlacionados a candidatos muitas das vezes se utilizam de pesquisas não confiáveis para induzir eleitores em vésperas de eleições, em uma total deslealdade aos adversários candidatos, que são prejudicados no pleito pela INDUÇÃO.

Motivos pela qual a proposta se preside aos princípios da moralidade, impessoalidade, constitucionalmente constituídos estabelecer o prazo de que até 10 (dez) dias antes da eleição fica proibido divulgação de pesquisa por qualquer meio de comunicação de massa, tais como: Rádio, TV, jornal escrito.....

A pergunta a ser feita ao eleitor tem que ser espontânea e isenta, sem direcionar ou influenciá-lo para uma resposta de tendência ao interesse margeante do instituto de pesquisa, do contratante, do pesquisador ou da opção política de um destes. Pois, qualquer trabalho estatístico desta espécie está sujeito por ser inter-relacionadas à margem de erro e ao grau de confiabilidade.

Com os resultados das pesquisas eleitorais durante o período das campanhas político-eleitorais, certos candidatos - aqueles que são divulgados à frente nas pesquisas de intenções de voto - utilizam estes dados - resultados - para tentar influenciar e se beneficiar da decisão do voto do eleitor.

Neste trabalho procuramos dar uma ideia dos problemas enfrentados pelos Institutos de Pesquisas de Opinião Pública, que podem surgir durante a realização de uma pesquisa de intenção de voto, mostrando-se os possíveis erros internos e externos que poderão acontecer em relação ao tamanho da amostra escolhida.

Os defensores da ideia de que as pesquisas sejam proibidas, argumentam que a divulgação das pesquisas tem uma forte influência nos resultados finais da eleição. Não resta dúvida que deverá existir um controle mais rigoroso por parte do órgão judiciário competente para verificar a confiabilidade dos resultados apurados nas pesquisas, antes de permitir à sua divulgação e publicação pela imprensa - mídia.

Neste sentido, solicito o apoio dos nobres pares para a aprovação da presente proposta.

Brasília, 13 de dezembro de 2016.

---

**Deputado Cleber Verde**  
**PRB/MA**

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**  
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

**LEI Nº 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:

.....  
**DAS PESQUISAS E TESTES PRÉ-ELEITORAIS**

Art. 33. As entidades e empresas que realizarem pesquisas de opinião pública relativas às eleições ou aos candidatos, para conhecimento público, são obrigadas, para cada pesquisa, a registrar, junto à Justiça Eleitoral, até cinco dias antes da divulgação, as seguintes informações:

I - quem contratou a pesquisa;

II - valor e origem dos recursos despendidos no trabalho;

III - metodologia e período de realização da pesquisa;

IV - plano amostral e ponderação quanto a sexo, idade, grau de instrução, nível econômico e área física de realização do trabalho a ser executado, intervalo de confiança e margem de erro; [\(Inciso com redação dada pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013\)](#)

V - sistema interno de controle e verificação, conferência e fiscalização da coleta de dados e do trabalho de campo;

VI - questionário completo aplicado ou a ser aplicado;

VII - nome de quem pagou pela realização do trabalho e cópia da respectiva nota fiscal. [\(Inciso com redação dada pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013\)](#)

§ 1º As informações relativas às pesquisas serão registradas nos órgãos da Justiça Eleitoral aos quais compete fazer o registro dos candidatos.

§ 2º A Justiça Eleitoral afixará no prazo de vinte e quatro horas, no local de costume, bem como divulgará em seu sítio na internet, aviso comunicando o registro das informações a que se refere este artigo, colocando-as à disposição dos partidos ou coligações com candidatos ao pleito, os quais a elas terão livre acesso pelo prazo de 30 (trinta) dias. [\(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009\)](#)

§ 3º A divulgação de pesquisa sem o prévio registro das informações de que trata este artigo sujeita os responsáveis a multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR.

§ 4º A divulgação de pesquisa fraudulenta constitui crime, punível com detenção de seis meses a um ano e multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR.

§ 5º É vedada, no período de campanha eleitoral, a realização de enquetes relacionadas ao processo eleitoral. [\(Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013\)](#)

Art. 34. (VETADO)

§ 1º Mediante requerimento à Justiça Eleitoral, os partidos poderão ter acesso ao sistema interno de controle, verificação e fiscalização da coleta de dados das entidades que divulgaram pesquisas de opinião relativas às eleições, incluídos os referentes à identificação dos entrevistadores e, por meio de escolha livre e aleatória de planilhas individuais, mapas ou equivalentes, confrontar e conferir os dados publicados, preservada a identidade dos respondentes.

§ 2º O não-cumprimento do disposto neste artigo ou qualquer ato que vise a retardar, impedir ou dificultar a ação fiscalizadora dos partidos constitui crime, punível com detenção, de seis meses a um ano, com a alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo prazo, e multa no valor de dez mil a vinte mil UFIR.

§ 3º A comprovação de irregularidade nos dados publicados sujeita os responsáveis às penas mencionadas no parágrafo anterior, sem prejuízo da obrigatoriedade da veiculação dos dados corretos no mesmo espaço, local, horário, página, caracteres e outros elementos de destaque, de acordo com o veículo usado.

.....  
 .....  
**PROJETO DE LEI N.º 10.910, DE 2018**  
**(Do Sr. Giovanni Cherini)**

Altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, para proibir a divulgação de pesquisas eleitorais.

**DESPACHO:**  
**APENSE-SE À(AO) PL-4574/2012.**

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, para proibir a divulgação de pesquisas eleitorais.

Art. 2º Ficam revogados os arts. 33, 34 e 35 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997.

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

**JUSTIFICAÇÃO**

Na véspera de realização do primeiro turno das eleições para o Governo do Estado do Rio de Janeiro, o candidato Wilson Witzel aparecia com aproximadamente 12% e 17% das intenções de votos válidos, segundo levantamentos de Ibope e Datafolha, respectivamente. Ao final do dia 7 de outubro, isto é, após a

apuração do primeiro turno, Witzel surpreendeu e amealhou 41% dos votos válidos.

De igual modo, em Minas Gerais, dizia o Datafolha que o candidato ao Governo do Estado Senador Anastasia liderava a pesquisa para a chefia do Executivo mineiro com 40% das intenções de voto. Após a apuração no primeiro turno, Romeu Zema surpreendeu a todos e apareceu em primeiro lugar com 42, 73% e o então líder das pesquisas amealhou a segunda posição com apenas 29,06% dos votos válidos – bem distante dos 40% divulgados na pesquisa de véspera.

Ambos os exemplos servem para demonstrar uma disparidade absurdamente inaceitável entre o que divulgado pelos dois maiores institutos de pesquisas do país e o resultado real das urnas. **Para eliminar, de uma vez por todas, essas discrepâncias que impactam negativamente na higidez do prélio eleitoral, encaminhamos o presente Projeto de Lei, cujo propósito precípuo consiste em proibir a divulgação de pesquisas eleitorais.**

De fato, esse descompasso não se verificou apenas na eleição para as chefias do Executivo fluminense e mineira. Ela também ocorreu na eleição para o Senado no Estado do Rio de Janeiro, no pleito presidencial e em diversas outras unidades da federação. O Congresso Nacional não pode transigir com tamanha irresponsabilidade por parte dos institutos de pesquisas, porque, no limite, a divulgação de pesquisas diametralmente descoladas do resultado das urnas impacta negativamente na qualidade do voto dos cidadãos.

É inquestionável que esse descolamento da realidade vem comprometendo severamente a higidez do processo eleitoral. Os critérios, métodos e amostras dessas pesquisas não estão se revelando capazes de espelhar, mesmo que minimamente, a vontade do eleitorado.

Aliás, a condução das perguntas pelos entrevistados também é problemática e pode induzir o eleitor a oferecer respostas que efetivamente não refletirão a sua vontade nas urnas.

**Os erros estão muito acima das margens de erro toleradas pelos próprios institutos de pesquisa.**

Importante registrar, ainda, que a veiculação das pesquisas eleitorais influencia o eleitorado, traduzindo naquilo que se convencionou chamar de *voto útil*. Ilustrativamente, imaginemos um pleito majoritário, no qual determinado candidato

aparece subindo nas pesquisas com fortes chances de ir para o segundo turno. É possível que, diante da divulgação desse resultado parcial (supondo que seja verdadeiro!!!), os cidadãos que o rejeitem optem por votar ou no candidato líder das pesquisas ou em outro candidato que possa superá-lo em eventual corrida para o segundo turno. Esse expediente existe e é diretamente impactado pela divulgação da pesquisa.

E diversos especialistas da área de estatística comunga de nossas preocupações. Em entrevista à Revista Época, o estatístico José Ferreira de Carvalho, professor aposentado da Unicamp e livre-docente pela Universidade de São Paulo, propugna pela extinção da divulgação de pesquisas eleitorais. Segundo ele, “*a amostragem por cotas, largamente usada em pesquisas de mercado, não deveria ser considerada alternativa válida*”, bem como sustenta que o conceito de margem de erro, como aplicado hoje pelos institutos, vale para pesquisas probabilísticas, feitas com base em amostras aleatórias, e não para aquelas de amostragem construída<sup>1</sup>.

Tais contingências põem em xeque a credibilidade e a confiabilidade desses institutos de pesquisas eleitorais perante os cidadãos, os quais, não raro, os qualificam como *mentirosos, manipulados, comprados*.

Diante das razões ora expostas, e ciosos de que estamos aperfeiçoando nossas instituições democráticas, contamos com o apoio dos nossos Pares para aprovação da medida ora proposta.

Sala das Sessões, em 30 de outubro de 2018.

Deputado GIOVANI CHERINI

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
 Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
 Seção de Legislação Citada - SELEC

**LEI Nº 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:

<sup>1</sup> Disponível em <https://epoca.globo.com/tempo/eleicoes/noticia/2014/10/por-que-bpesquisas-eleitoraisb-se-distanciam-tanto-da-realidade.html>. Acessado em 19 de outubro de 2018.

---

## DAS PESQUISAS E TESTES PRÉ-ELEITORAIS

Art. 33. As entidades e empresas que realizarem pesquisas de opinião pública relativas às eleições ou aos candidatos, para conhecimento público, são obrigadas, para cada pesquisa, a registrar, junto à Justiça Eleitoral, até cinco dias antes da divulgação, as seguintes informações:

I - quem contratou a pesquisa;

II - valor e origem dos recursos despendidos no trabalho;

III - metodologia e período de realização da pesquisa;

IV - plano amostral e ponderação quanto a sexo, idade, grau de instrução, nível econômico e área física de realização do trabalho a ser executado, intervalo de confiança e margem de erro; [Inciso com redação dada pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013](#)

V - sistema interno de controle e verificação, conferência e fiscalização da coleta de dados e do trabalho de campo;

VI - questionário completo aplicado ou a ser aplicado;

VII - nome de quem pagou pela realização do trabalho e cópia da respectiva nota fiscal. [Inciso com redação dada pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013](#)

§ 1º As informações relativas às pesquisas serão registradas nos órgãos da Justiça Eleitoral aos quais compete fazer o registro dos candidatos.

§ 2º A Justiça Eleitoral afixará no prazo de vinte e quatro horas, no local de costume, bem como divulgará em seu sítio na internet, aviso comunicando o registro das informações a que se refere este artigo, colocando-as à disposição dos partidos ou coligações com candidatos ao pleito, os quais a elas terão livre acesso pelo prazo de 30 (trinta) dias. [Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009](#)

§ 3º A divulgação de pesquisa sem o prévio registro das informações de que trata este artigo sujeita os responsáveis a multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR.

§ 4º A divulgação de pesquisa fraudulenta constitui crime, punível com detenção de seis meses a um ano e multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR.

§ 5º É vedada, no período de campanha eleitoral, a realização de enquetes relacionadas ao processo eleitoral. [Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013](#)

Art. 34. (VETADO)

§ 1º Mediante requerimento à Justiça Eleitoral, os partidos poderão ter acesso ao sistema interno de controle, verificação e fiscalização da coleta de dados das entidades que divulgaram pesquisas de opinião relativas às eleições, incluídos os referentes à identificação dos entrevistadores e, por meio de escolha livre e aleatória de planilhas individuais, mapas ou equivalentes, confrontar e conferir os dados publicados, preservada a identidade dos respondentes.

§ 2º O não-cumprimento do disposto neste artigo ou qualquer ato que vise a retardar, impedir ou dificultar a ação fiscalizadora dos partidos constitui crime, punível com detenção, de seis meses a um ano, com a alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo prazo, e multa no valor de dez mil a vinte mil UFIR.

§ 3º A comprovação de irregularidade nos dados publicados sujeita os responsáveis às penas mencionadas no parágrafo anterior, sem prejuízo da obrigatoriedade da veiculação dos dados corretos no mesmo espaço, local, horário, página, caracteres e outros elementos de destaque, de acordo com o veículo usado.

Art. 35. Pelos crimes definidos nos arts. 33, § 4º e 34, §§ 2º e 3º, podem ser responsabilizados penalmente os representantes legais da empresa ou entidade de pesquisa e do órgão veiculador.

Art. 35-A. [Artigo acrescido pela Lei nº 11.300, de 10/5/2006 e declarado](#)

*inconstitucional, em controle concentrado, pelo Supremo Tribunal Federal, pela [ADIN nº 3.741-2](#), publicada no DO de 14/3/2007)*

## DA PROPAGANDA ELEITORAL EM GERAL

Art. 36. A propaganda eleitoral somente é permitida após o dia 15 de agosto do ano da eleição. ([“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015](#))

§ 1º Ao postulante a candidatura a cargo eletivo é permitida a realização, na quinzena anterior à escolha pelo partido, de propaganda intrapartidária com vista à indicação de seu nome, vedado o uso de rádio, televisão e *outdoor*.

§ 2º Não será permitido qualquer tipo de propaganda política paga no rádio e na televisão. ([Parágrafo com redação dada pela Lei nº 13.487, de 6/10/2017](#))

§ 3º A violação do disposto neste artigo sujeitará o responsável pela divulgação da propaganda e, quando comprovado o seu prévio conhecimento, o beneficiário à multa no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) a R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais), ou ao equivalente ao custo da propaganda, se este for maior. ([Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009](#))

§ 4º Na propaganda dos candidatos a cargo majoritário deverão constar, também, os nomes dos candidatos a vice ou a suplentes de senador, de modo claro e legível, em tamanho não inferior a 30% (trinta por cento) do nome do titular. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009 e com redação dada pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015](#))

§ 5º A comprovação do cumprimento das determinações da Justiça Eleitoral relacionadas a propaganda realizada em desconformidade com o disposto nesta Lei poderá ser apresentada no Tribunal Superior Eleitoral, no caso de candidatos a Presidente e Vice-Presidente da República, nas sedes dos respectivos Tribunais Regionais Eleitorais, no caso de candidatos a Governador, Vice-Governador, Deputado Federal, Senador da República, Deputados Estadual e Distrital, e, no Juízo Eleitoral, na hipótese de candidato a Prefeito, Vice-Prefeito e Vereador. ([Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009](#))

Art. 36-A. Não configuram propaganda eleitoral antecipada, desde que não envolvam pedido explícito de voto, a menção à pretensa candidatura, a exaltação das qualidades pessoais dos pré-candidatos e os seguintes atos, que poderão ter cobertura dos meios de comunicação social, inclusive via internet: ([“Caput” do artigo acrescido pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009 e com redação dada pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015](#))

I - a participação de filiados a partidos políticos ou de pré-candidatos em entrevistas, programas, encontros ou debates no rádio, na televisão e na internet, inclusive com a exposição de plataformas e projetos políticos, observado pelas emissoras de rádio e de televisão o dever de conferir tratamento isonômico; ([Inciso acrescido pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009, com redação dada pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013](#))

II - a realização de encontros, seminários ou congressos, em ambiente fechado e a expensas dos partidos políticos, para tratar da organização dos processos eleitorais, discussão de políticas públicas, planos de governo ou alianças partidárias visando às eleições, podendo tais atividades ser divulgadas pelos instrumentos de comunicação intrapartidária; ([Inciso acrescido pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009, com redação dada pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013](#))

III - a realização de prévias partidárias e a respectiva distribuição de material informativo, a divulgação dos nomes dos filiados que participarão da disputa e a realização de debates entre os pré-candidatos; ([Inciso acrescido pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009 e com redação dada pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015](#))

IV - a divulgação de atos de parlamentares e debates legislativos, desde que não se faça pedido de votos; ([Inciso acrescido pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009, com redação dada](#)

[pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013](#)

V - a divulgação de posicionamento pessoal sobre questões políticas, inclusive nas redes sociais; [\(Inciso acrescido pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013 e com redação dada pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015\)](#)

VI - a realização, a expensas de partido político, de reuniões de iniciativa da sociedade civil, de veículo ou meio de comunicação ou do próprio partido, em qualquer localidade, para divulgar ideias, objetivos e propostas partidárias; [\(Inciso acrescido pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015\)](#)

VII - campanha de arrecadação prévia de recursos na modalidade prevista no inciso IV do § 4º do art. 23 desta Lei. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 13.488, de 6/10/2017\)](#)

§ 1º É vedada a transmissão ao vivo por emissoras de rádio e de televisão das prévias partidárias, sem prejuízo da cobertura dos meios de comunicação social. [\(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013, transformado em § 1º e com redação dada pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015\)](#)

§ 2º Nas hipóteses dos incisos I a VI do *caput*, são permitidos o pedido de apoio político e a divulgação da pré-candidatura, das ações políticas desenvolvidas e das que se pretende desenvolver. [\(Parágrafo acrescido pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015\)](#)

§ 3º O disposto no § 2º não se aplica aos profissionais de comunicação social no exercício da profissão. [\(Parágrafo acrescido pela Lei nº 13.165, de 29/9/2015\)](#)

Art. 36-B. Será considerada propaganda eleitoral antecipada a convocação, por parte do Presidente da República, dos Presidentes da Câmara dos Deputados, do Senado Federal e do Supremo Tribunal Federal, de redes de radiodifusão para divulgação de atos que denotem propaganda política ou ataques a partidos políticos e seus filiados ou instituições.

Parágrafo único. Nos casos permitidos de convocação das redes de radiodifusão, é vedada a utilização de símbolos ou imagens, exceto aqueles previstos no § 1º do art. 13 da Constituição Federal. [\(Artigo acrescido pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013\)](#)

## PROJETO DE LEI N.º 11.183, DE 2018

(Do Sr. Cabo Daciolo)

Altera a redação do art. 33 da Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, para vedar à divulgação de pesquisas eleitoras por qualquer meio de comunicação.

**DESPACHO:**  
APENSE-SE À(AO) PL-4574/2012.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Altera a redação do art. 33 da Lei 9.504, de 30 de setembro de 1997, que passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 33. As entidades e empresas que realizarem pesquisas de

opinião pública relativas às eleições ou aos candidatos, não poderão ser divulgadas por qualquer meio de comunicação, e estão obrigadas, para cada pesquisa, a registrar, junto à Justiça Eleitoral, até cinco dias antes da divulgação, as seguintes informações:

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

### **JUSTIFICATIVA**

As eleições, sem sombra de dúvidas, são o ponto máximo do exercício da democracia representativa, quando a população, exercendo o seu poder de escolha, vota e elege os seus representantes.

Antes de decidirmos o nosso voto, é salutar que o eleitor faça uma análise consubstancial dos pretensos candidatos que receberão o seu voto de confiança. Muitos eleitores analisam seus candidatos durante a propaganda eleitoral gratuita no rádio e na televisão. Outros, ficam atentos às Redes Sociais dos candidatos. Todavia, uma grande parcela da nossa sociedade decide o voto baseando-se nas pesquisas eleitorais que, de alguma forma, podem influenciar a decisão final do eleitor.

Contudo, é necessário destacar que nestas eleições de 2018, em que fui candidato à Presidência da República, os institutos de pesquisas descaradamente mentiram ao povo, dando-nos 0% das intenções de voto até a véspera do dia 7 de outubro. Porém, o resultado das urnas eletrônicas, por sinal fraudulentas, ratificaram a nossa 6ª posição entre os 13 candidatos, com 1.26% dos votos válidos, totalizando 1.348.317 de votos.

Infelizmente, as pesquisas eleitorais faltaram com a verdade e revelaram-se um instrumento antidemocrático e pouco confiável. Por esse e outros motivos, tais pesquisas eleitorais não podem ser divulgadas por qualquer meio de comunicação, sob pena de macular o processo eleitoral.

Ainda nas eleições de 2018, na pesquisa de boca de urna do IBOPE, o jornalista Bonner fez uso da expressão "movimento brusco" na tentativa de justificar a suposta subida repentina de alguns candidatos na véspera do pleito, quando esse mesmo instituto, no dia anterior, havia apresentado um cenário completamente diferente.

Firme neste objetivo, pedimos o apoio dos nobres.

Sala das Sessões, 12 de dezembro de 2018

**CABO DACIOLO**

Deputado Federal – PATRIOTA/RJ

**LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA**

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG  
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL  
Seção de Legislação Citada - SELEC

**LEI Nº 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:

**DAS PESQUISAS E TESTES PRÉ-ELEITORAIS**

Art. 33. As entidades e empresas que realizarem pesquisas de opinião pública relativas às eleições ou aos candidatos, para conhecimento público, são obrigadas, para cada pesquisa, a registrar, junto à Justiça Eleitoral, até cinco dias antes da divulgação, as seguintes informações:

I - quem contratou a pesquisa;

II - valor e origem dos recursos despendidos no trabalho;

III - metodologia e período de realização da pesquisa;

IV - plano amostral e ponderação quanto a sexo, idade, grau de instrução, nível econômico e área física de realização do trabalho a ser executado, intervalo de confiança e margem de erro; [\(Inciso com redação dada pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013\)](#)

V - sistema interno de controle e verificação, conferência e fiscalização da coleta de dados e do trabalho de campo;

VI - questionário completo aplicado ou a ser aplicado;

VII - nome de quem pagou pela realização do trabalho e cópia da respectiva nota fiscal. [\(Inciso com redação dada pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013\)](#)

§ 1º As informações relativas às pesquisas serão registradas nos órgãos da Justiça Eleitoral aos quais compete fazer o registro dos candidatos.

§ 2º A Justiça Eleitoral afixará no prazo de vinte e quatro horas, no local de costume, bem como divulgará em seu sítio na internet, aviso comunicando o registro das informações a que se refere este artigo, colocando-as à disposição dos partidos ou coligações com candidatos ao pleito, os quais a elas terão livre acesso pelo prazo de 30 (trinta) dias. [\(Parágrafo com redação dada pela Lei nº 12.034, de 29/9/2009\)](#)

§ 3º A divulgação de pesquisa sem o prévio registro das informações de que trata este artigo sujeita os responsáveis a multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR.

§ 4º A divulgação de pesquisa fraudulenta constitui crime, punível com detenção de seis meses a um ano e multa no valor de cinquenta mil a cem mil UFIR.

§ 5º É vedada, no período de campanha eleitoral, a realização de enquetes relacionadas ao processo eleitoral. [\(Parágrafo acrescido pela Lei nº 12.891, de 11/12/2013\)](#)

Art. 34. (VETADO)

§ 1º Mediante requerimento à Justiça Eleitoral, os partidos poderão ter acesso ao sistema interno de controle, verificação e fiscalização da coleta de dados das entidades que divulgaram pesquisas de opinião relativas às eleições, incluídos os referentes à identificação dos entrevistadores e, por meio de escolha livre e aleatória de planilhas individuais, mapas ou equivalentes, confrontar e conferir os dados publicados, preservada a identidade dos respondentes.

§ 2º O não-cumprimento do disposto neste artigo ou qualquer ato que vise a retardar, impedir ou dificultar a ação fiscalizadora dos partidos constitui crime, punível com detenção, de seis meses a um ano, com a alternativa de prestação de serviços à comunidade pelo mesmo prazo, e multa no valor de dez mil a vinte mil UFIR.

§ 3º A comprovação de irregularidade nos dados publicados sujeita os responsáveis às penas mencionadas no parágrafo anterior, sem prejuízo da obrigatoriedade da veiculação dos dados corretos no mesmo espaço, local, horário, página, caracteres e outros elementos de destaque, de acordo com o veículo usado.

.....  
.....

**FIM DO DOCUMENTO**