



C0070473A

CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 10.910, DE 2018

(Do Sr. Giovani 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.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

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 construída¹.

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 N° 9.504, DE 30 DE SETEMBRO DE 1997

Estabelece normas para as eleições.

O VICE-PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no exercício do cargo de **PRESIDENTE DA REPÚBLICA**,

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

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;

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

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 cinqüenta 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 cinqüenta 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)

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO