



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 5.333, DE 2020

(Do Sr. André Janones)

Proíbe a divulgação ao público de pesquisas de opinião pública relativas às eleições ou aos candidatos nos quinze dias anteriores ao pleito.

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

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL
Art. 137, caput - RICD



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI Nº , DE 2020

(Do Senhor André Janones)

Proíbe a divulgação ao público de pesquisas de opinião pública relativas às eleições ou aos candidatos nos quinze dias anteriores ao pleito.

O CONGRESSO NACIONAL DECRETA:

Art. 1º. A Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, passa a vigorar acrescida do seguinte dispositivo:

“Art. 35-B. Fica vedada divulgação ao público de pesquisas de opinião pública relativas às eleições ou aos candidatos nos quinze dias anteriores ao pleito.”

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

JUSTIFICATIVA

No atual estágio da política brasileira as pesquisas eleitorais ganharam grande influência no voto do eleitor e são apropriadas como discurso pelas campanhas. É inegável que as pesquisas eleitorais divulgadas nos quinze dias anteriores ao pleito podem induzir parte significativa do eleitorado e contaminar a opinião pública numa ou noutra direção.

Segundo a ciência política são dois os efeitos das pesquisas eleitorais. Um é o efeito *bandwagon effect* (efeito vagão de trem) que remete a um movimento em direção a quem está na frente. Esse efeito das pesquisas induz o eleitor a votar no candidato que aparece em primeiro nas enquetes e,



CÂMARA DOS DEPUTADOS

em tese, tem mais chances de vitória. O outro efeito possível das pesquisas, mas que ocorre mais raramente, é o *underdog effect* (efeito azarão), que representa a tendência do voto no candidato que está nas últimas colocações.

Assim, as pesquisas eleitorais desempenham um papel importante na decisão do eleitor. Seja em direção ao voto útil, quando o eleitor é influenciado pelas enquetes a votar em supostamente tem mais chance; seja no chamado “voto de veto”, quando o eleitor quer fazer com que um candidato específico perca.

Desta forma, para garantir que o eleitor não seja influenciado indevidamente na reta final das campanhas, é importante proibir a divulgação pública de pesquisas eleitorais que possam distorcer o curso natural dos resultados.

Diante do exposto e da relevância do tema proposto, solicito aos nobres pares o apoio necessário para fazer prosperar este projeto de lei.

Sala das Sessões, em

de dezembro de 2020.

Deputado ANDRÉ JANONES

AVANTE/MG

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. 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 ADI nº 3.741-2, publicada no DOU 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*)

FIM DO DOCUMENTO