



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 2.636, DE 2022

(Do Sr. Capitão Alberto Neto)

Altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para eleições, para aumentar as penas do crime de divulgação de pesquisas eleitorais, bem como incluir no referido tipo penal a conduta de divulgação de pesquisas cujos percentuais das intenções de voto destoem, além da margem de erro, dos resultados apurados.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-96/2011.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

PROJETO DE LEI Nº , DE 2022

(Do Sr. CAPITÃO ALBERTO NETO)

Altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para eleições, para aumentar as penas do crime de divulgação de pesquisas eleitorais, bem como incluir no referido tipo penal a conduta de divulgação de pesquisas cujos percentuais das intenções de voto destoem, além da margem de erro, dos resultados apurados.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, para tornar inafiançável o crime de divulgação de pesquisas fraudulentas

Art. 2º O art. 33 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art.

33.....

§ 4º A divulgação de pesquisa fraudulenta constitui crime, punível com reclusão de 4 (quatro) a 12 (doze) anos e multa no valor de cem mil a quinhentas mil UFIR.

§ 4º-A Inclui-se também no crime previsto no § 4º deste artigo a publicação, nos 15 (quinze) dias que antecedem o pleito, de pesquisa eleitoral cujos percentuais das intenções de voto destoem, além da margem de erro, dos resultados apurados.” (NR)



Art. 3º O art. 35 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 35. Pelos crimes definidos nos arts. 33, §§ 4º e 5º e 34, §§ 2º e 3º, são responsabilizados penalmente os donos dos institutos de pesquisas, seus presidentes, representantes legais da empresa ou entidade de pesquisa e do órgão veiculador, o estatístico responsável pela pesquisa veiculada, além daqueles que concorram direta ou indiretamente para a consecução do ilícito.” (NR)

Art. 4º Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O presente Projeto de Lei tem como objetivos recrudescer as sanções do crime de divulgação de pesquisas fraudulentas, bem como incluir no referido tipo penal a conduta de divulgação de pesquisas cujos percentuais das intenções de voto destoem, além da margem de erro, dos resultados apurados. Além disso, visa a imputar a responsabilidade criminal pela prática delituosa aos donos dos institutos de pesquisas, seus presidentes, representantes legais da empresa ou entidade de pesquisa e do órgão veiculador, além daqueles que concorram direta ou indiretamente para a consecução do ilícito.

De fato, tem-se verificado nas últimas eleições – eleições gerais de 2018, eleições municipais de 2020 e as eleições gerais de 2022 – um significativo erro por parte dos institutos de pesquisa quando da divulgação dos resultados das intenções de voto para certos cargos.

Vejamos alguns exemplos.

Na eleição ao Governo do Estado do Rio de Janeiro, em 2018, os principais institutos de pesquisas previam, quase à unanimidade, a derrota em primeiro turno do candidato ao Governo do Estado, Wilson Witzel (quarto



colocado), para o então ex-Prefeito do Rio de Janeiro, Eduardo Paes (primeiro colocado).

Wilson Witzel, no entanto, amealhou 41,3% dos votos em primeiro turno, após a apuração, e, em segundo turno, obteve 59.87% dos votos, tendo sido eleito Governador do Estado.

Nas eleições municipais de 2020, também foram divulgadas pesquisas eleitorais completamente dissociadas da realidade dos fatos, com a veiculação de previsões que não se confirmaram no resultado das urnas.

De acordo com o Portal Poder360, **as 4 pesquisas divulgadas pelo DataFolha na véspera daquela eleição acabaram com diferenças além da margem de erro**. A maior foi em Recife, Pernambuco. De acordo com o levantamento feito, o candidato João Campos (PSB) dividia as intenções de voto com Marília Arraes (PT): 50% para cada um. Contudo, acabou eleito com 6 pontos percentuais à frente¹.

No pleito de 2022, **aludidos erros grosseiros têm beirado a má-fé e, intencionalmente ou não, favorecem candidatos da esquerda e alinhados com uma agenda dita “progressista”**.

A distorção começa pelo cargo mais importante do país – o de presidente da República. Datafolha e Ipec, os dois maiores institutos de pesquisa, apontavam diferença de 14 pontos percentuais entre os candidatos Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e Jair Bolsonaro (PL).

Entretanto, o Presidente Jair Bolsonaro amealhou 43,3% dos votos computados – ou seja, muito acima do projetado pelos referidos institutos: 37% e 36%, respectivamente.

Já em São Paulo, os erros foram ainda mais grosseiros. Datafolha e Ipec projetavam um segundo turno com Fernando Haddad (PT) à frente de Tarcísio Freitas (Republicanos).

Todavia, quando 99,39% das urnas haviam sido apuradas no estado, na noite de domingo (2/10), Tarcísio Freitas (Republicanos) tinha ficado na frente de Fernando Haddad (PT), por 42,35% a 35,66%.

¹ Fonte: Portal Poder360. Disponível em <https://www.poder360.com.br/eleicoes/resultados-das-pesquisas-do-ibope-nao-se-confirmaram-em-15-de-26-cidades/>. Acesso em: 14.10.2022.



Em sondagem do Instituto Datafolha divulgada na véspera da eleição, com margem de erro calculada em dois pontos percentuais, Haddad aparecia na frente, com 39% das intenções de votos válidos, e Tarcísio marcava 31%, mais de 10 pontos percentuais a menos do que o resultado alcançado por ele.

Todos esses dados denotam a necessidade premente de reformular o regime jurídico das pesquisas eleitorais, a fim de estabelecer sanções gravosas para os responsáveis pela divulgação de pesquisas fraudulentas, como os donos e presidentes das respectivas empresas, bem como todos aqueles que contribuam, ainda que indiretamente, para a consecução da prática desse ilícito.

Isso porque a veiculação de pesquisas eleitorais fraudulentas configura um dos maiores atentados à higidez e à lisura da competição eleitoral, na medida em que tenta enviesar e manipular a vontade do eleitorado – seja **porque tenta revelar a força política de candidatos de sua preferência**, para que o eleitor ou eleitora canalize seus votos aos vitoriosos, seja **porque tenta inviabilizar certos candidatos**, para desestimular ou desencorajar seus eleitores de votarem neles.

Em um contexto de eleições polarizadas, como é o caso brasileiro, é preciso exigir maior responsabilidade dos institutos de pesquisas, notadamente ante os potenciais riscos de influir no resultado do pleito.

Devem, assim, os institutos de pesquisas serem suficientemente responsáveis pela veiculação das informações por eles divulgadas, buscando aplicar metodologia que verdadeiramente reflita o pensamento do eleitor antes de difundi-la ao público, além de franquearem maior transparência quanto ao procedimento da pesquisa em todas as suas etapas.

É nesse contexto que, diante da relevância da matéria, solicito o apoio dos parlamentares para a aprovação do presente projeto de lei, na certeza de que estamos contribuindo para o aperfeiçoamento das instituições democráticas.



Sala das Sessões, em 19 de outubro de 2022.

Deputado CAPITÃO ALBERTO NETO



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.

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