



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 2.639, DE 2022

(Do Sr. Aécio Neves)

Altera o art. 33 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições) para determinar que a divulgação de pesquisas eleitorais deve ser acompanhada da divulgação do selo de qualidade atribuído ao instituto ou empresa realizadora da pesquisa.

DESPACHO:

APENSE-SE AO PL-11245/2018.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

PROJETO DE LEI Nº , DE 2022

(Do Sr. AÉCIO NEVES)

Altera o art. 33 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das Eleições) para determinar que a divulgação de pesquisas eleitorais deve ser acompanhada da divulgação do selo de qualidade atribuído ao instituto ou empresa realizadora da pesquisa.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece que a divulgação de pesquisas eleitorais deve ser acompanhada de informações relativas ao selo de qualidade atribuído ao instituto ou empresa realizadora da pesquisa.

Art. 2º O art. 33 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, passa a acrescido dos seguintes parágrafos:

“Art. 33.

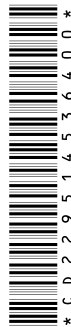
.....

§ 3º *A divulgação de pesquisa eleitoral, em rádio, TV mídia impressa ou na internet sem estar acompanhada do selo de qualidade sujeita os responsáveis a multa no valor de R\$ 100.000,00 (cem mil reais) a R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) a ser fixada pelo TSE.*

.....

§ 6º *O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) atribuirá o selo de qualidade a entidades ou empresas que realizam pesquisas eleitorais em todo o país, observadas as seguintes regras:*

I – Para fins de classificação das entidades ou empresas será considerada a última pesquisa divulgada nos três dias anteriores ao pleito.



II – serão consideradas somente as pesquisas:

- a) nacionais para o cargo de Presidente da República;*
- b) estaduais para o cargo de Presidente da República e de Governador;*
- c) municipais para o cargo de Prefeito.*

III – não serão consideradas pesquisas para Senador, Deputados Federais, Estaduais e Vereadores e pesquisas para os cargos de Presidente da República ou de Governador realizadas em âmbito municipal;

IV – a classificação do selo de qualidade levará em conta o índice de desempenho das entidades e empresas com base na diferença entre o resultado apresentado na última pesquisa divulgada e o resultado oficial divulgado pelo Tribunal Superior Eleitoral.

V – O Tribunal Superior Eleitoral disciplinará, por meio de Resolução, a metodologia de cálculo do índice de desempenho a que se refere o inciso IV;

VI – o selo de qualidade a que se refere o § 3º resultará da comparação da última pesquisa, desde que realizada nos três dias que antecedem a eleição, e os resultados oficiais divulgados pelo TSE, observado o seguinte:

- a) se a última pesquisa divulgada antes do pleito apresentar percentuais relativos a todos os candidatos dentro da margem de erro, as entidades e empresas receberão “selo verde” de qualidade;*
- b) se na última pesquisa divulgada for apresentado percentuais relativos a qualquer candidato até o dobro da margem de erro, para mais ou para menos, as entidades e empresas receberão “selo amarelo”;*



- c) *se na última pesquisa apresentada o percentual relativo a pelo menos um dos candidatos estiver fora do dobro da margem de erro, para mais ou para menos, as entidades e empresas receberão o “selo vermelho”;*
- d) *em se tratando de entidade ou empresa sem histórico anterior de realização de pesquisas eleitorais, essa informação deve ser divulgada.*

Art. 3º Os selos de qualidade serão atribuídos às entidades e às empresas considerando as pesquisas realizadas em referência às eleições de 2024 e seguintes.

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

JUSTIFICAÇÃO

Não há dúvida de que as pesquisas eleitorais configuram importantes instrumentos de avaliação do desempenho eleitoral de candidatos e partidos nos processos eleitorais. São, portanto, essenciais para a definição de estratégias políticas e para subsidiar a tomada de decisões no curso da campanha.

São também elementos importantes para a orientação do eleitor na definição de seu voto. Os eleitores têm assegurado o acesso a tais pesquisas por força do previsto na Constituição Federal, que lhes garante o direito à informação. As entidades e empresas realizadoras de pesquisa têm assegurado o direito de realizá-las também por força do princípio constitucional de liberdade do exercício profissional.

No tocante à idoneidade das entidades e empresas realizadoras de pesquisas, devemos reconhecer que há, de fato, instituições dignas de respeito. Por outro lado, importa também reconhecer que não têm sido raros os equívocos cometidos por diversas dessas instituições.

Dante dos inegáveis e generalizados equívocos cometidos, bem como do fato de terem as pesquisas eleitorais se transformado em



verdadeiras ferramentas de *marketing* político, constata-se o crescente risco de as pesquisas, de forma direcionada, interferirem na liberdade de formação da vontade do eleitor.

Esse contexto acaba impondo ao Estado-Legislator uma revisão da disciplina legal acerca das pesquisas eleitorais.

De plano, em respeito à ordem jurídica constitucional e ao entendimento do Supremo Tribunal Federal, não se cogita da proibição de realização de pesquisas eleitorais e tampouco de vedar sua divulgação, desde que atendidos os requisitos estabelecidos em lei. Aliás, convém ressaltar que a divulgação de pesquisas já ocorre dessa maneira: a divulgação exige o registro das pesquisas com antecedência no Tribunal Superior Eleitoral, além do cumprimento de outras exigências.

O que estamos a propor é justamente o oposto de se limitar as informações relativas às pesquisas. A nosso ver, a solução para a presente crise de credibilidade das pesquisas eleitorais e para o risco de que elas se tornem não um espelho da realidade, mas uma ferramenta artificialmente destinada a interferir nessa realidade, é aumentar o nível de informação posta à disposição do eleitor.

Em outras palavras, além das informações que tradicionalmente as pesquisas já veiculam, o eleitor deverá também ser informado sobre o histórico do instituto ou empresa que a realiza. Ou seja, qual o selo de qualidade apostado a tal Instituto.

Embora seja evidente, importa esclarecer que a credibilidade de uma entidade ou empresa realizadora de pesquisas se funda no histórico de acertos e erros das pesquisas divulgadas.

No caso da presente proposição, o selo de qualidade atribuído ao instituto de pesquisa será **verde, amarelo ou vermelho**, conforme o desempenho histórico da instituição, nos seguintes termos:

- Será **verde** se a última pesquisa divulgada antes do pleito apresentar percentuais relativos a todos os candidatos dentro da margem de erro;



- Será **amarelo** se na ultima pesquisa divulgada antes do pleito for apresentado percentuais relativos a qualquer candidato até o dobro da margem de erro, para mais ou para menos;
- Será **vermelho** se a ultima pesquisa divulgada apresentar percentuais relativos a algum dos candidatos fora do dobro da margem de erro.

Na presente proposta, vale esclarecer que a atribuição dos **selos de qualidade** levará em conta apenas as pesquisas realizadas para o pleito municipal de 2024 e seguintes. As pesquisas realizadas até as eleições de 2022 não serão consideradas para fins de atribuição do selo de qualidade.

Em resumo, insistimos que nossa proposição não busca proibir a divulgação de pesquisas, a tipificação de condutas penais, interferência em metodologia, ou a imposição de multas às entidades, empresas ou institutos de pesquisas, mas aumentar o nível de informação disponibilizada ao eleitorado. Na verdade, o que se pretende é ir além dos resultados das intenções de voto, mas divulgar também informações sobre o desempenho e a credibilidade dos realizadores das pesquisas, permitindo que o cidadão possa avaliar por si só a credibilidade e a qualidade do serviço/produto que lhe é oferecido.

Por fim, vale ressaltar que tais informações são de relevante interesse público e certamente auxiliarão os cidadãos a avaliar suas preferências eleitorais e analisar o cenário político do país a partir do que lhes chega pelos meios de comunicação social.

Certo de estarmos contribuindo para o aperfeiçoamento da nossa democracia, ampliando o conjunto de informações a serem disponibilizados ao cidadão, solicitamos o apoio dos Srs. Parlamentares à presente proposição.

Sala das Sessões, em de de 2022.

Deputado AÉCIO NEVES



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
