

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 200-B, DE 1991 (PLS Nº 62, DE 1990) (Apensado o PL nº 4.031, de 2001)

Fixa critérios para a divulgação de resultado de pesquisa de opinião pública e dá outras providências.

Autor: SENADO FEDERAL

Relator: Deputado Dr. HÉLIO

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 200-B, de 1991, oriundo do SENADO FEDERAL, determina que os resultados de pesquisas de opinião pública, quando divulgados, sejam acompanhados de informações sobre a metodologia adotada e sobre a amostra pesquisada, bem como sobre o patrocinador da pesquisa. Qualquer interessado poderá, ainda, requerer informações adicionais que julgue relevantes para a compreensão dos resultados.

No caso de pesquisas de natureza social ou econômica, a proposição estabelece que apenas os partidos políticos, as entidades sindicais, o Ministério Público, a União, os Estados e Municípios, bem como as entidades públicas ou associações representativas das partes interessadas na pesquisa possam requerer tais informações.

A matéria foi encaminhada a esta Casa em 5 de março de 1991, sendo enviada no mesmo ano a esta Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, e desde então aguarda parecer desta Comissão, tendo sido redistribuída à mesma ao longo das legislaturas subseqüentes.

Inicialmente, foram propostas as emendas de nº 1/1992 e 2/1992, pelo Deputado Marcelino Romano Machado, então relator da matéria. O seu relatório não foi apreciado pela CCTCI. Posteriormente, em 1993, o

Deputado Eliel Rodrigues, então indicado relator, apresentou substitutivo de sua autoria, que não chegou, igualmente, a ser apreciado.

À proposição principal foi apensado o Projeto de Lei nº 4.031, de 2001, que trata da divulgação, junto com pesquisa de opinião, dos parâmetros técnicos e fáticos que a fundamentam.

Na atual legislatura, decorrido o prazo regimental de cinco sessões, não foram apresentadas emendas à matéria.

Cabe-nos, portanto, examinar a proposição, bem como os textos apensados, conforme disposto no art. 32, inciso II, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

II - VOTO DO RELATOR

O tratamento dado à matéria pelo texto oriundo do Senado Federal, inovador à época da sua aprovação, encontra-se hoje regulado na legislação eleitoral e partidária criada nos últimos dez anos, bem como na lei de proteção ao consumidor.

De fato, a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, em seu art. 33 reza:

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

.....

§ 2º A Justiça Eleitoral afixará imediatamente, no local de costume, 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 terão livre acesso pelo prazo de trinta dias.

.....”.

A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que trata da proteção do consumidor, também determina a obrigatoriedade de se preservar e fornecer os dados técnicos relativos a pesquisa de opinião, quando esta for usada para fins de publicidade:

“Art. 36

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem”.

Agregue-se, ainda, que a divulgação de dados falsos ou que induzam o consumidor a erro caracteriza publicidade enganosa, nos termos do art. 37, § 1º da mesma lei, sujeitando o responsável à pena de detenção de três meses a um ano e multa (art. 66) e à veiculação de contrapropaganda (art. 60).

Pelo exposto, em que pese a relevância da matéria e o esforço já despendido pelo Senado Federal na sua apreciação, a legislação aprovada posteriormente, em especial a Lei nº 9.504, de 1997, trata da matéria em sua completeza.

Porém, a aplicação dos dispositivos existentes resultam, em alguns casos, num equívoco que prejudica a lisura do pleito eleitoral. Um exemplo típico é o das pesquisas realizadas nos dias imediatamente anteriores à votação, inclusive as de “boca de urna”. Nesses casos, na semana que antecede a votação, o instituto de pesquisa apresenta à Justiça Eleitoral as informações previstas no art. 33 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, referentes a uma pesquisa que será realizada *a posteriori*, quiçá na antevéspera do pleito.

Ocorre, pois, que a divulgação dos resultados dessas pesquisas não respeita um prazo de cinco dias após a coleta de dados. Muitas vezes, divulga-se o resultado logo após a coleta, eventualmente um resultado viesado, e a parte prejudicada não tem como reclamar em tempo hábil. A formalidade da lei terá sido cumprida, pois as informações técnicas haviam sido apresentadas dias antes, mas não havia então dados reais e procedimentos executados que pudessem de fato fundamentar uma reclamação.

O Projeto de Lei nº 200-B antevê a ocorrência dessas situações ao determinar que poderão ser solicitados “quaisquer outros elementos elucidativos considerados necessários”, texto que a Lei Eleitoral não incorpora.

Parece-nos mais adequado, contudo, ajustar a redação do *caput* do citado art. 33 da Lei Eleitoral, de modo a garantir que as informações apresentadas à Justiça Eleitoral se refiram a pesquisas já em fase de coleta. Na prática, estaremos assim fixando um limite de data para a divulgação de pesquisas eleitorais, a cinco dias antes da realização do pleito, procedimento que entendemos ser legítimo, pois assegura ao eleitor um prazo para formação de seu parecer sobre os candidatos a partir de seus programas e idéias, sem a pressão resultante da divulgação seguida de pesquisas de última hora.

Com a finalidade de introduzir esse ajuste, oferecemos um Substitutivo, que aperfeiçoa a Lei Eleitoral. Acatamos, ainda, disposições do Projeto de Lei apensado, de autoria do ilustre Deputado JORGE BITTAR, que introduz alguns aperfeiçoamentos que consideramos oportunos, em especial a indicação da Internet como meio preferencial de divulgação das informações e da metodologia que servem de fundamento às pesquisas.

Pelo exposto, VOTO pela APROVAÇÃO da proposição principal, Projeto de Lei nº 200-B, de 1991, e pela APROVAÇÃO do texto apensado, Projeto de Lei nº 4.031, de 2001, na forma do Substitutivo que ora oferecemos.

Sala da Comissão, em de de 200 .

Deputado DR. HÉLIO
Relator

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

**SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 200-B, DE 1991
(PLS Nº 62, DE 1990)
(Apensado o PL nº 4.031, de 2001)**

Fixa critérios para a divulgação de resultado de pesquisa de opinião pública e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei modifica a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, fixando critérios complementares para a divulgação de pesquisas de opinião pública no contexto do processo eleitoral.

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

“Art. 33 As entidades e empresas que realizarem pesquisas ou análises de mercado para conhecimento público, relativas às eleições, aos candidatos, ou à opinião pública a respeito de temas relevantes da campanha eleitoral, são obrigadas, para cada pesquisa já realizada, a registrar, junto à Justiça Eleitoral, até cinco dias antes da divulgação, as seguintes informações: (NR)

.....
IV-A – número de grupos, descrição do perfil socio-demográfico de cada grupo e origem geográfica dos participantes, quando se tratar de análise qualitativa com o uso de técnicas de discussão de grupo;
.....

VI – questionário completo aplicado; (NR)

.....

§ 2º-A Um sumário das informações previstas no *caput* ficará disponível ao público em geral, para cada pesquisa, por meio da Internet, por um prazo de trinta dias, em endereço eletrônico previamente divulgado pela Justiça Eleitoral, e informado juntamente com os resultados da pesquisa nos meios de comunicação utilizados para sua divulgação.

.....”

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

Sala da Comissão, em de de 200 .

Deputado Dr. HÉLIO
Relator