



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 4.477, DE 2008

(Do Sr. Henrique Fontana)

Altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, dispondo sobre o prazo para divulgação de pesquisas eleitorais.

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-4258/2008.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Acrescente-se o seguinte parágrafo ao art. 33 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997:

“§ 5º É vedada a divulgação de pesquisas eleitorais, por qualquer meio de comunicação, no período de 30 dias que antecede o pleito, até o encerramento da votação.”

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

JUSTIFICAÇÃO

É recorrente a discussão acerca da influência que as pesquisas de intenção de voto exercem sobre a decisão do eleitor. Em que pese seja meritório o papel das pesquisas como instrumento de informação, garantindo transparência ao processo eleitoral, pilar de nossa democracia, não é pacífico o entendimento de que a divulgação dos dados coletados possa se dar a qualquer momento do processo eleitoral, sem risco de distorção do comportamento do eleitor.

Se, por um lado, há que se reconhecer a lisura, a idoneidade e a contribuição das pesquisas eleitorais para o sistema democrático, por outro, não se pode ignorar ou minimizar sua influência sobre parcela do eleitorado, especialmente entre os indecisos (“efeito manada”) e aqueles que buscam o chamado “voto útil” (em candidatos com chances de vitória). Seja no meio político, acadêmico ou jornalístico, expressiva corrente entende que deve haver alguma limitação temporal à divulgação das pesquisas de intenção de voto, a fim de preservar soberana a vontade do eleitor. Afinal, nenhum direito é absoluto. E se a Constituição Federal consagra o acesso à informação com um direito do cidadão, também nossa Carta Magna inclui a soberania popular entre os fundamentos do Estado brasileiro.

Ademais, por mais acurados que sejam os métodos estatísticos das pesquisas, nenhuma análise por amostragem é infalível. E a experiência assim tem comprovado. Ora, se não é desejável a influência sequer de números precisos, o que dizer da distorção que podem provocar dados incorretos e discrepantes? A mera divulgação de pesquisas eleitorais em período próximo ao pleito pode confundir o eleitor, encorajando-o a votar em um determinado candidato ou dissuadindo-o de fazê-lo, prevalecendo a lógica dos números sobre a consciência política do cidadão. Os efeitos são ainda mais deletérios quando se divulgam dados equivocados, podendo o eleitor seguir uma tendência que não corresponda à realidade. Desvirtua-se a vontade do eleitor, altera-se o equilíbrio entre as forças sociais e políticas, enfraquece-se a democracia.

É com essa preocupação, portanto, que este projeto propõe limitar a divulgação de pesquisas eleitorais ao período de até 30 (trinta) dias antes do pleito,

cooperando com o objetivo de minimizar a influência das pesquisas sobre a decisão do eleitor e, por extensão, sobre o processo eleitoral e a democracia em nosso País

Sala das Sessões, em 10 de dezembro de 2008.

Deputado **HENRIQUE FONTANA** – PT/RS

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA COORDENAÇÃO DE ESTUDOS LEGISLATIVOS - CEDI
--

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, 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.

§ 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 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 a elas terão livre acesso pelo prazo de trinta dias.

§ 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.

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
