

PROJETO DE LEI DO SENADO Nº....., 2022

(Do senador MECIAS DE JESUS)

Altera o Decreto Lei nº 2.848, de 07 de dezembro de 1940 – Código Penal, para dispor sobre a fraude na divulgação de pesquisa eleitoral.



O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta Lei altera o Decreto Lei nº 2.848, de 07 de dezembro de 1940 – Código Penal, para dispor sobre a fraude na divulgação de pesquisa eleitoral.

Art. 2º O Decreto Lei nº 2.848, de 07 de dezembro de 1940 – Código Penal, passa a vigorar acrescido dos seguintes dispositivos:

“CAPÍTULO VI

DA FRAUDE EM DIVULGAÇÃO DE PESQUISA ELEITORAL

Fraude em divulgação de pesquisa eleitoral

Art. 311-B Divulgar resultado de pesquisa eleitoral fraudulenta visando induzir o eleitorado a escolher um determinado candidato atentando contra a soberania popular.

Parágrafo único. Para fins do disposto no caput, considera-se pesquisa fraudulenta aquela que errar o resultado das eleições acima da margem de erro.”

Pena - reclusão, de três a seis anos, e multa.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

O objetivo desse Projeto de lei é punir as empresas que divulgam resultado de pesquisa eleitoral fraudulenta para tentar induzir o eleitorado a votar num determinado candidato.

O resultado das eleições é uma das principais manifestações da soberania popular. É um evento único na democracia, em que o poder do povo transparece no resultado de uma disputa eleitoral para a escolha dos próximos governantes.

Numa disputa eleitoral, o resultado das eleições sempre refletirá a vontade do povo. Ocorre que esse resultado é, em parte, derivado da influência que as pesquisas eleitorais exercem sobre a população, em especial, sobre a escolha dos indecisos e do chamado voto útil, que pode mudar a trajetória final de um pleito.

Nesse sentido, o professor da USP, Wagner Iglecias, destaca que uma parcela muito significativa de eleitores estuda e decide o voto com antecedência. Mas a decisão de última hora e com base nas pesquisas pode, de alguma forma, influenciar positivamente os candidatos mais bem colocados e prejudicar os que aparecem com desempenho menor. “É muito focado na ideia de ‘não vou perder meu voto, tem uma determinada candidata muito interessante, mas ela está com 2%, eu adoraria votar nela, mas não vou porque ela não vai ganhar’ exemplifica.

Autor dos livros “A Cabeça do Brasileiro” e “A Cabeça do Eleitor”, o cientista político Alberto Carlos Almeida avalia que o eleitor médio tem acesso restrito e truncado às informações relativas à política. Isso faria da influência direta no voto das pesquisas, por seu aspecto informacional, algo residual. (<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45740880>).

"São elas que alimentam as campanhas pelo voto útil, estratégico. Em 2014, na véspera do primeiro turno, Aécio tinha 27% das intenções de voto e acabou passando para o segundo turno com 34%. Com certeza foi um voto útil contra o PT diante do cenário em que Marina Silva perderia para Dilma Rousseff no primeiro turno. Hoje, as campanhas de Geraldo Alckmin e Ciro Gomes estão trabalhando a todo momento com a noção do voto útil; e Jair Bolsonaro para vencer no primeiro turno", aponta o sociólogo e cientista político Antonio Lavareda, autor do livro “Emoções Ocultas e Estratégias Eleitorais”. (<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45740880>)

É certo que as pesquisas de opinião e intenção de voto ganham cada vez mais destaque conforme a eleição se aproxima. Só neste ano já são mais de 100 pesquisas e 50 institutos registrados no Tribunal Superior Eleitoral (TSE). O Brasil nunca teve tantas consultas como em 2022. (Fonte: <https://jornal.usp.br/atualidades/pesquisas-eleitorais-sao-importantes-mas-precisam-ser-analisadas-com-cautela/>)

Contudo, o número de empresas habilitadas, por si só, já é capaz de gerar insegurança no eleitorado quanto aos métodos utilizados para coleta de dados e a confiabilidade na divulgação correta desses dados.

Não é de hoje que as pesquisas eleitorais geram dúvidas na população brasileira por nem sempre retratarem o resultado final do pleito eleitoral considerando a margem de erro. Lembrando que a margem de erro, também chamada de intervalo de confiança, indica em que medida se pode esperar que os resultados da pesquisa sejam um reflexo das opiniões reais da população total.

Assim, a margem de erro funciona como uma forma de medir a eficácia da pesquisa. Quanto menor a margem de erro, mais confiança você pode ter nos resultados. Quanto maior a margem de erro, maior a discrepância entre os resultados e as opiniões da população total.

Logo, entendo que aquelas empresas que divulgaram resultados de pesquisas diverso do resultado final do pleito, ultrapassando a margem de erro anunciada, devem ser responsabilizadas.

Na minha opinião, os interesses econômicos e de poder jamais devem prevalecer sobre a vontade do povo brasileiro. Induzir o voto dos eleitores através de pesquisas fraudulentas é um crime gravíssimo pois, atenta frontalmente contra a base de sustentação do Estado Democrático de Direito, que é a soberania popular, expressamente mencionada no texto constitucional como um dos princípios fundamentais do nosso país.

“Todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente, nos termos desta Constituição.” (Art. 1º, parágrafo único da CF)

Diante do exposto, e com o objetivo maior de salvaguardar a soberania popular, peço o apoio dos nobres pares para a aprovação desse Projeto de lei.

Sala das sessões, 27 de junho de 2022

Senador MECIAS DE JESUS
(REPUBLICANOS/RR)



SF/22006.55447-08