



# SENADO FEDERAL

## PROJETO DE LEI DO SENADO

### Nº 498, DE 2013

Acrescenta artigo à Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, para vedar, no decorrer do mesmo ano eleitoral, a prestação de serviços por parte de entidades e empresas que realizam pesquisas eleitorais a governos, partidos e meios de comunicação.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

**Art. 1º** A Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, passa a vigorar acrescida do seguinte artigo:

**“Art. 33-A.** É vedado, às entidades e empresas que realizam pesquisas de opinião pública relativas às eleições ou aos candidatos, a prestação de serviços, no decorrer do mesmo ano eleitoral, a mais de um dos seguintes tipos de clientes:

- a) governos;
- b) partidos e candidatos; e
- c) meios de comunicação.”

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

## **JUSTIFICAÇÃO**

O objetivo do presente projeto é o aperfeiçoamento da legislação que rege hoje a realização e divulgação de pesquisas eleitorais. Para tanto, a proposição veda a prestação simultânea de serviços, por parte de entidades e empresas que realizam pesquisas eleitorais, no decorrer do mesmo ano eleitoral, a governos, aos partidos e seus candidatos e aos meios de comunicação.

Hoje, no que se refere a essa questão, vigora entre nós exclusivamente a lei do mercado. Em outras palavras, empresas e entidades que produzem pesquisas eleitorais, podem fazê-lo para governos, partidos, candidatos, jornais, redes de televisão, alternada ou simultaneamente. É evidente, no entanto, que há, numa situação como essa, um conflito de interesses latente, que pode redundar em prejuízo da informação necessária para o processo de construção da vontade do eleitor.

O negócio das empresas privadas que trabalham com meios de comunicação é a informação, que será tão mais apreciada quanto mais fidedigna for. O negócio dos partidos e candidatos também é a informação, mas a informação mais favorável possível, capaz de ser utilizada tanto como insumo para a definição de estratégia eleitoral, quanto como instrumento de campanha, nesse caso como indicador da viabilidade do candidato para arrecadar apoios que poderão vir a ser decisivos para o resultado do pleito. Finalmente, o interesse dos governos pode ser assimilado ao interesse eleitoral dos partidos que o integram. A informação, também neste caso, pode ser de utilidade tanto para o planejamento das campanhas e sua articulação com as ações do governo, quanto para divulgar uma imagem otimista de suas candidaturas.

Cabe observar que esse conflito não exige a prática de fraude ou de adulteração de resultados para se manifestar. Escolhas podem ser feitas pelos arquitetos das pesquisas, dentro dos limites aceitáveis de variação, para a produção de resultados distintos, alguns com algum viés favorável a candidatos e partidos, inclusive do governo, outros com o viés de quem tem interesse em divulgar informação o mais isenta possível.

Na medida em que empresas, institutos e entidades de pesquisa trabalham simultaneamente para partidos e meios de comunicação, a contaminação dos resultados é inevitável, e o eleitor passará a consumir gato por lebre ao tomar conhecimento do resultado das pesquisas.

A separação das clientelas, a obrigatoriedade de os institutos optarem, em cada ano eleitoral, por um determinado tipo de cliente, fornece ao eleitor uma garantia de qualidade da informação a que é exposto. É razoável esperar maior isenção de institutos que trabalham para meios de comunicação, institutos cujo interesse maior está na qualidade da informação. Ao mesmo tempo, é razoável também esperar algum viés favorável ao contratante, ainda que nos limites estreitos das margens de erro, nas pesquisas produzidas por institutos que trabalham para os atores das campanhas eleitorais.

Essas as razões por que peço o apoio de meus pares para o presente projeto.

Sala das Sessões,

Senador **CÁSSIO CUNHA LIMA**

*LEGISLAÇÃO CITADA*

**LEI Nº 9.504, DE 30 DE SETEMBRO DE 1997.**

[Texto compilado](#)

Estabelece normas para as eleições.

[Mensagem de veto](#)

**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 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. [\(Redação dada pela Lei nº 12.034, de 2009\)](#)

§ 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.

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.

.....  
.....

*(À Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania, em decisão terminativa.)*