

---

## Divulgação de pesquisas eleitoral deveria ser limitada antes do pleito

O artigo 33 da Lei 9.504/97, conhecida como Lei das eleições, autoriza entidades e empresas a realizarem pesquisas de opinião relativas aos pleitos ou aos candidatos, sendo obrigado seu registro junto ao órgão da Justiça Eleitoral competente. O procedimento registral mostra-se necessário para autorizar a fiscalização e a divulgação dos dados da pesquisa.

A pesquisa considera os aspectos metodológicos e os processos contemporâneos de formação das opiniões políticas e suas influências, objetivando, em síntese, analisar o desempenho e a aceitação dos candidatos ou partidos, traçando um perfil, do momento, sob a ótica do eleitorado, elementos fundamentais para futuras e imediatas posturas dos candidatos, em suas campanhas, de forma a adaptarem suas propostas às expectativas dos eleitores.

Em que pese toda a cientificidade do processo de pesquisa e os respectivos controles, inclusive legais, a divulgação desses dados ocorre por meio da mídia, elemento que pode influenciar junto ao eleitorado. Certo é que poucos são os receptores que entendem de estatística, do significado dos termos técnicos utilizados (percentuais, margem de erro, empate técnico) ou, mesmo, sabem usar os dados constantes dessa eficaz ferramenta.

Há pessoas que desconfiam e desacreditam dessa análise da realidade e, sob essa ótica, sempre que estamos diante de um novo processo eleitoral, com a realização de pesquisas, reiteram-se os conhecidos questionamentos: Por que os resultados das diversas fontes de pesquisa não são coincidentes? Por que o resultado do pleito nem sempre coincide com àquele divulgado na pesquisa? Deve-se impedir divulgação de resultados às vésperas da eleição?

Quanto a essas questões, há de se ter em mente que a análise da realidade eleitoral é momentânea, onde qualquer fato novo posterior tem influência para alterar o resultado apontado e, também, que a pesquisa é realizada por amostragem, ou seja, de uma parcela representativa, o que pode justificar eventual erro, desvio ou não coincidência.

Importante analisar a reiterada polêmica da divulgação dessa avaliação realizada por meio de pesquisas, enquetes ou sondagens, em especial nos períodos muito próximos ao pleito, onde o resultado influencia de alguma forma parcela dos eleitores, particularmente aqueles que ainda não fizeram sua opção eleitoral. Identifica-se, neste contexto, o que se denomina de “voto útil”, ou seja, voto dado a certo candidato porque ele está na frente ou, como forma de protesto, àquele que não tem condições de ganhar. No primeiro caso, mostra-se evidente que partido ou candidato com melhor desempenho, à luz da livre manifestação de vontade do eleitorado, atrai outros e novos simpatizantes.

Em pleno momento de análise e debates sobre a Reforma Eleitoral, este é um tema que não pode deixar de ser apreciado, inclusive sobre a possibilidade de limitar-se, temporalmente, a divulgação das pesquisas, impedindo que ocorra próximo aos pleitos, resguardando a livre manifestação do voto.

### Date Created

30/10/2010