

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
FACULDADE DE DIREITO

WILSON DE SOUZA PEREIRA

PESQUISAS ELEITORAIS: CONTROLE E O DIREITO À INFORMAÇÃO

CURITIBA  
2011

WILSON DE SOUZA PEREIRA

PESQUISAS ELEITORAIS: CONTROLE E O DIREITO À INFORMAÇÃO

Monografia apresentada ao Curso de Direito da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Paraná como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Direito.

Orientadora: Profª Drª Eneida Desiree Salgado

CURITIBA  
2011

TERMO DE APROVAÇÃO

WILSON DE SOUZA PEREIRA

**Pesquisas Eleitorais: Controle e o Direito à Informação.**

Monografia aprovada como requisito parcial para obtenção de Graduação no Curso de Direito, da Faculdade de Direito, Setor de Ciências jurídicas da Universidade Federal do Paraná, pela seguinte banca examinadora:

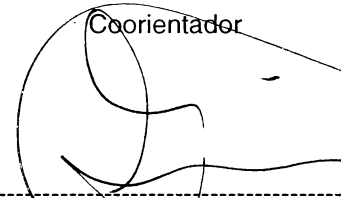


---

ENEIDA DESIREE SALGADO  
Orientador

---

Coorientador



---

FABRICIO RICARDO TOMIO  
Primeiro Membro



---

RICARDO PRESTES PAZELLO - Direito Público  
Segundo Membro

Agradecer e dedicar decorre de saber que não caminhamos solitários nesta estrada, a todo o momento somos alertados dos perigos dos desvios e das encruzilhadas, pedras são retiradas de nossa frente e o lado mais suave nos é concedido por pessoas sem as quais nada teria sentido. Aos meus pais e irmãos que me fizeram o que sou. Todas as minhas qualidades deles recebi, os defeitos eu mesmo desenvolvi.

À minha amada Andressa, não há palavras tantas para agradecer, dela vem minha força, por ela tenho coragem, com ela sei o que é a felicidade. De tudo sei que

My love she speaks like silence  
Without ideals or violence  
She doesn't have to say she's faithful  
Yet she's true, like ice, like fire

(Live minus zero/No limit. Bob Dylan)

*Eis que Enéas, finalmente na presença da Pitonisa lhe ordena:*

*Não escrevas, porém, em folhas as tuas respostas, para que os ventos as não misturem e dispersem: dá-mas de viva voz. (Aen, VI, 127)<sup>1</sup>*

*Ao que a Sibila respondeu:*

*O presidente Lula, do PT, está em primeiro lugar com 48% das intenções de voto.*

*Geraldo Alckmin, do PSDB, obteve 19%.*

*Heloísa Helena, do PSOL, tem 6%.*

***Enéas Carneiro, do PRONA, 2%.***

*Cristovam Buarque, do PDT, e José Maria Eymael, do PSDC, 1%.*

*Branços e nulos somaram 14%; não souberam e não opinaram 9%.<sup>2</sup>*

---

<sup>1</sup>PLUTARCO. *De Pythiae Oraculis*. Apud Volker, Camila Bylaardt. *As Palavras do Oráculo de Delfos: Um estudo sobre o De Pythiae Oraculis de Plutarco*. Dissertação (Pós graduação em Letras) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais, 2007. Disponível em: < [http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/1843/ECAP-6ZFG54/1/microsoft\\_word\\_\\_\\_camila\\_bylaardt\\_volker.pdf](http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/1843/ECAP-6ZFG54/1/microsoft_word___camila_bylaardt_volker.pdf) >. Acesso em: 14 de Dezembro de 2010. p. 8. (grifo nosso)

<sup>2</sup>JORNAL DA GLOBO. *Ibope divulga pesquisa eleitoral. Globo.com, 01 de Junho de 2006*. Disponível em <http://g1.globo.com/jornaldaglobo/0,,MUL889971-16021,00-IBOPE+DIVULGA+PESQUISA+ELEITORAL.html> Acesso em: 16 de dezembro de 2010. (grifo nosso)

## SUMÁRIO

RESUMO .....	VI
ABSTRACT .....	VII
<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>1</b>
<b>2. A PESQUISA ELEITORAL.....</b>	<b>7</b>
2.1. HISTÓRIA DA PESQUISA ELEITORAL .....	8
2.2. ELEMENTOS DA PESQUISA ELEITORAL .....	12
<b>3. A REGULAMENTAÇÃO NORMATIVA .....</b>	<b>22</b>
3.1. LEI Nº 9.504 DE 30 DE SETEMBRO DE 1997 .....	22
3.2. AS RESOLUÇÕES DO TSE .....	31
<b>4. O CONTROLE DAS PESQUISAS.....</b>	<b>37</b>
4.1. JULGAR SEM DOMÍNIO TÉCNICO .....	38
4.2. NO ENTANTO AS PESQUISAS ERRAM .....	40
<b>5. CONCLUSÃO .....</b>	<b>47</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>49</b>

## TABELAS

TABELA 1 - RELAÇÃO ENTRE AMOSTRA, MARGEM DE ERRO E INTERVALO DE CONFIANÇA .....	17
TABELA 2 - PESQUISA ESTIMULADA DO INSTITUTO IBOPE PARA O CARGO DE SENADOR DA REPÚBLICA PELO ESTADO DO PARANÁ EM 2002...45	
TABELA 3 - RESULTADO OFICIAL PARA O CARGO DE SENADOR DO PARANÁ EM 2002 .....	45

## RESUMO

A pesquisa eleitoral faz parte do processo eleitoral brasileiro. É espécie do gênero pesquisa de opinião. É instrumento técnico derivado da ciência da estatística. Possui potencial lesivo considerado a partir do seu uso midiático e propagandista. Disponibilizado ao público como se tivesse o condão de prever o futuro, porém, é usada na tentativa de conduzir o voto. No Brasil as pesquisas eleitorais encontram um controle normativo com poucas restrições. Servem muito mais a finalidades privadas de candidatos, mídia e institutos de pesquisa. É fonte de informação e como qualquer outro deve estar disponível ao eleitor para que este possa formar sua convicção. Insere-se no direito a livre informação constitucionalmente garantida. Sua regulação normativa se dá pela Lei nº 9504/97 e pelos instrumentos normativos exarados pelo Tribunal Superior Eleitoral (Instruções e Resoluções). Tentativas de restrição pelo Poder Legislativo barradas por óbices constitucionais. Devido ao seu uso e sua lesividade potencial, deve estar sob controle da sociedade, dentro dos princípios que regem o Estado Democrático de Direito.

Palavras chave: Pesquisa eleitoral, amostra, margem de erro, intervalo de confiança, trabalho de campo, histórico, Lei nº 9504/97, controle normativo, Instruções e Resoluções do TSE.

## ABSTRACT

Election poll is part of the electoral process in Brazil. It's a kind of gender of opinion poll. Technical tool is derived from the science of statistics. It has considered the potential for harm from its use in media and propaganda. They're delivered to the public as if it had the power to predict the future. However, it is used in the attempt to conduct the vote. In Brazil, the polls have a regulatory control with few restrictions. They serve much more to a private purpose of candidates, media and research institutes. It is a source of information and like any other should be available to the voter so that he can form his conviction. Its Inserted in the constitutionally right guaranteed of freedom of information. They're normative regulation goes by the Law No. 9504/97 and the legal instruments formally drawn up by the Superior Electoral Court (Instructions and Resolutions). Attempts to restrict them by the Legislative Power are barred by constitutional obstacles. Due how it's used and because the potential harmful of the electoral polls, they may have be under control of the society, within the principles of the democratic rule of law.

Keywords: electoral poll sample, margin of error, confidence interval, field work, historical, Law No. 9504/97, regulatory control, instructions and resolutions of the TSE.

## 1. INTRODUÇÃO

As pesquisas eleitorais assumem contemporaneamente papéis diversos no campo político, seja para indicar a viabilidade de certo candidato a um cargo de Estado, seja como propaganda para impulsionar uma campanha ou mesmo na definição de estratégias que permitam a um pretendente vir a ser um candidato viável. Para isto os institutos de pesquisas desenvolvem várias formas de pesquisas de opinião, sendo a pesquisa eleitoral, que procura apurar as intenções de voto, uma de suas espécies.

Os números apresentados em uma pesquisa de intenção de voto mostram não apenas uma posição relativa naquele momento da disputa. É possível extrair daqueles números também a aceitação, a rejeição<sup>3</sup>, ou a indiferença do eleitor em relação ao candidato. Nesse teor é bastante conhecido o conselho dado por Maquiavel ao Magnífico Lorenzo de Médicis

Nasce daí esta questão debatida: se será melhor ser amado que temido ou vice-versa. Responder-se-á que se desejaria ser uma e outra coisa; mas como é difícil reunir ao mesmo tempo as qualidades que dão aqueles resultados, é muito mais seguro ser temido que amado, quando se tenha que falhar numa das duas.<sup>4</sup>

No jogo de poder atual, em que a escolha do “príncipe” dá-se por meio do voto em eleições de sufrágio universal, Maquiavel provavelmente aconselharia os candidatos a procurar ter do povo outro tipo de manifestação, pois para ser eleito é necessário muito mais ser amado do que ser temido<sup>5</sup>.

A medida mais segura deste prestígio dado aos candidatos a “príncipe” são os números que surgem das urnas, porém, contemporaneamente, procura-se esta aferição nos percentuais revelados pelas pesquisas eleitorais, ainda que daí não se extraia verdadeira segurança.

Tal prestígio apontado em momento muito precoce tem sido usado como arma de convencimento por profissionais de marketing e assessores de plantão.

---

<sup>3</sup> Nos últimos pleitos a rejeição tem sido mensurada à parte, constituindo-se em informação complementar quanto às possibilidades do candidato.

<sup>4</sup> MAQUIAVEL, Nicolau. *O Príncipe*. Editora Nova Cultural, Coleção os Pensadores, São Paulo, 1996. p. 98.

<sup>5</sup> Ser temido era nos tempos de Maquiavel, assim como é hoje, uma necessidade daqueles que desejam manter um poder despótico, cancro ainda não extirpado de nossas atuais sociedades.

Ciosos de seu ofício, não medem esforços em mostrar que a preferência pelo seu candidato já é coisa consolidada.

A propaganda é o uso mais comum que se faz dos números apontados numa pesquisa eleitoral, ainda que estes números não apontem necessariamente para qualquer direção. O que interessa é a posição relativa do candidato e sua evolução a cada rodada de pesquisas. Ser o líder na disputa, estar próximo ou distante desta liderança, altera todo o contexto da campanha, mudando inclusive o discurso do candidato. Estar na defensiva ou atacando depende em muito dos números da pesquisa.

Por causa desta interferência a pesquisa eleitoral pode inserir-se no contexto da campanha como desnivelador de forças. Este é o primeiro problema apontado por estudiosos acerca da permissão da divulgação dos resultados das pesquisas.

A igualdade de condições entre os que postulam um cargo eletivo é elemento fundamental para uma disputa democrática. A igualdade como valor e como princípio que se espraia para todas as ações democráticas de uma sociedade, tendo em vista a força normativa da Constituição, concretiza o princípio da máxima igualdade na disputa eleitoral, assim explicado por Eneida Desiree Salgado

A Constituição estabelece como norma estruturante do Direito Eleitoral o princípio constitucional da máxima igualdade entre os candidatos. Essa escolha reflete-se no princípio republicano e na ideia de igualdade construída na Constituição, que impõe uma regulação das campanhas eleitorais, alcançando o controle da propaganda eleitoral, a neutralidade dos poderes públicos, a vedação ao abuso de poder econômico e a imparcialidade dos meios de comunicação.<sup>6</sup>

Alexis de Tocqueville ao se referir à jovem democracia norte americana já demarcava os contornos da igualdade e seus efeitos numa sociedade da seguinte forma

Entre os objetos novos que, durante minha demora nos Estados Unidos, atraíram a minha atenção, nenhum me impressionou mais vivamente do que a igualdade de condições. Não me custou perceber a influência prodigiosa que essa realidade primária exerce sobre a marcha da sociedade; ela dá à opinião pública uma direção definida, uma tendência

---

<sup>6</sup> SALGADO, Eneida Desiree. *Princípios Constitucionais Estruturantes do Direito Eleitoral*. 345 f. Tese (doutorado em Direito) - Programa de Pós-Graduação em Direito, Curso de Doutorado em Direito do Estado, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, Paraná, 2010.

certa às leis, máximas novas aos governos e hábitos peculiares aos governados.<sup>7</sup>

Não se deve olvidar que Tocqueville tratava de uma liberdade em seu sentido liberal, atacada nos séculos seguintes por ser conseqüência do individualismo e formalismo que marcaram a modernidade. No entanto não se pode deixar de reconhecer essa igualdade como uma garantia da pessoa humana estruturante de um estatuto fundador de direitos fundamentais da contemporaneidade. No que se refere ao processo eleitoral é base, sem a qual não há que se falar em democracia.

Sendo assim, admitindo-se que a divulgação das pesquisas poderia ter o condão de alterar esta base democrática, tendo em vista os fenômenos do *bandwagon* e do *underdog*<sup>8</sup>, é que se discute doutrinariamente e legislativamente impor limites mais rígidos ao uso midiático e propagandista das pesquisas de intenção de voto.

Por outro lado, o mesmo Tocqueville nos faz um necessário alerta nas seguintes palavras

Num país onde reina ostensivamente o dogma da soberania do povo, a censura não é apenas um perigo, mas ainda, um grande absurdo. Quando se concede a cada um o direito de governar a sociedade, é necessário **reconhecer também a sua capacidade de escolher entre as diferentes opiniões** que agitam seus contemporâneos e de apreciar os diferentes fatos cujo conhecimento pode guiá-los. A soberania de um povo e liberdade da imprensa são, pois, duas coisas inteiramente correlatas. **A censura e o voto universal, pelo contrário, são duas coisas que se contradizem e não podem encontrar-se muito tempo nas instituições políticas de um mesmo povo.** Entre os doze milhões de homens que vivem em território dos Estados Unidos, não existe um sequer que ainda tenha ousado propor restringir a liberdade da imprensa.<sup>9</sup>

O direito à informação compreende o direito de informar e o direito de ser informado. Tais direitos fazem parte da garantia constitucional de liberdade de imprensa, todos enfeixados no que a modernidade erigiu como direito à livre expressão. Estão presentes na Constituição da República Federativa do Brasil, da mesma forma como já se encontravam na Declaração dos Direitos do Homem e do

<sup>7</sup> TOCQUEVILLE, Alexis de. *A Democracia Americana*. 1ª ed. Coleção Folha: livros que mudaram o mundo, v.16. São Paulo, Folha de São Paulo, 2010. p. 39

<sup>8</sup> *Bandwagon* no jargão eleitoral norte americano se refere ao voto dado por certo eleitor ao candidato favorito ou que está em primeiro lugar nas pesquisas, *underdog* se refere ao ato de votar no candidato mais fraco, aquele que não ocupa a liderança nas pesquisas.

<sup>9</sup> TOCQUEVILLE, Alexis de. *A Democracia Americana*. 1ª ed. Coleção Folha: livros que mudaram o mundo, v.16. São Paulo, SP, Folha de São Paulo, 2010. p. 144-145. (grifo nosso)

Cidadão, conquista histórica e legado humanístico superlativo da Revolução Francesa, assim redigido:

Artigo 11º- A livre comunicação dos pensamentos e das opiniões é um dos mais preciosos direitos do Homem; todo o cidadão pode, portanto, falar, escrever, imprimir livremente, respondendo, todavia, pelos abusos desta liberdade nos termos previstos na Lei.<sup>10</sup>

Em outro plano, as pesquisas de intenção de voto são uma construção técnica. Demandam conhecimentos específicos e tem apreciável possibilidade de falha. Isto pode não depender da vontade dos profissionais envolvidos, faz parte do próprio objeto. A probabilística não é dos ramos da matemática que procura dar respostas exatas, pelo contrário seus resultados são aproximações.

Acrescente-se a isto os diferentes *ethos* envolvidos na campanha, dos diferentes atores mergulhados em suas próprias dinâmicas. Conforme explica Almeida, candidatos, imprensa e estatísticos dão ao objeto (a pesquisa de intenção de voto) uma conotação diferente conforme suas pretensões na disputa eleitoral.<sup>11</sup> Por isto os erros das pesquisas podem vir a ser parte do processo eleitoral, dependendo das intenções e pretensões dos diferentes atores envolvidos, levando o eleitor a fazer uma leitura equivocada da realidade.

A partir desta leitura o eleitor constrói sua convicção naquilo que no Brasil costuma-se denominar voto útil. Aquele que tende ao candidato que deve vencer a disputa. Há certa identidade deste procedimento com a necessidade do eleitor de se sentir um vencedor. Por isto, este é o mais pernicioso dos votos, pois nele não há nenhuma base política e/ou democrática.

Por outro lado o voto estratégico, também decorrente da mesma leitura das pesquisas, é aquele em que o eleitor procura inserir-se nos jogos de poder de modo a influenciá-lo. Costuma tender tanto ao primeiro colocado nas pesquisas, quanto aos outros candidatos. O que o eleitor procura é, identificando o candidato mais viável, conferir-lhe a preferência, de modo a alterar a estrutura de forças numa

<sup>10</sup>UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, Biblioteca Virtual de direitos Humanos. *Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão* Disponível em: <<http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/Documentos-antiores-%C3%A0-cria%C3%A7%C3%A3o-da-Sociedade-das-Na%C3%A7%C3%B5es-at%C3%A9-1919/declaracao-de-direitos-do-homem-e-do-cidadao-1789.html>>. Acesso em 04/10/2011.

<sup>11</sup> ALMEIDA, Alberto Carlos. *Como são feitas as pesquisas eleitorais e de opinião*. Rio de Janeiro, RJ, Editora FGV, 2002. p.20-24

eleição, ou ainda, usar certo candidato para revelar certa mensagem. Tal forma de inserção do eleitor no processo eleitoral é, portanto, plenamente aceitável.

Um voto estratégico pode ser uma forma de o eleitor participar ativamente da formação do quadro político da sociedade, seja protestando, seja enquadrando seu voto em um espectro possível dentro do campo político ideológico. Por certo que isto nem sempre decorre de articulações mentais conscientes e refinadas, mas é necessário tomar cuidado com pretensões que exijam um voto puro, ou seja, que o eleitor vote somente naquele candidato que tenha a melhor proposta, seja honesto, seja preparado para legislar ou para administrar, tenha respeito pela *res publica* e etc. Isto porque, tal candidato, tão qualificado dificilmente se apresenta numa disputa eleitoral, não há que ser ingênuo quanto a isto.

Pôde-se identificar o fenômeno acima descrito nas últimas eleições para Presidência da República, no ano de 2010. Em certo momento da campanha eleitoral, no momento de definição, as pesquisas começaram a mostrar um crescimento acelerado da candidata terceira colocada nos levantamentos anteriores, a ex Senadora Marina Silva. Isto desorganizou o regime de forças existente entre os candidatos Dilma Rousseff e José Serra. As estratégias tiveram que sofrer rápida modificação com a possibilidade de Marina Silva chegar à disputa do segundo turno naquelas eleições. Algo estava errado tanto na campanha de Dilma quanto na de Serra, esta mensagem ficou absolutamente clara.

As pesquisas, no fim das contas, são um oráculo que deve ser compreendido muito além de seus números. Revelam muito mais na dinâmica dos resultados de cada rodada de apuração em confronto com a realidade das campanhas. Podem não se prestar a uma previsão segura do futuro. Deixar de ver isto pode levar a ledos enganos como se verificará adiante.

Por outro lado, erros nas pesquisas, mesmo não intencionais acontecem, são da natureza do procedimento, seus números não revelam exatidão, por isto mesmo são divulgadas com margem de erro. Estes erros podem conduzir o eleitor a construir uma convicção que não condiz com a realidade levando-o tomar atitudes diferentes daquelas que tomaria com uma informação correta. Podem mudar as estratégias de campanha, mudar os discursos dos candidatos. Enfim, podem alterar artificialmente a correlação de forças na corrida eleitoral.

A resposta às possíveis interferências das pesquisas de intenção de voto na disputa eleitoral, sua potencial lesividade à manifestação de vontade do eleitor, se

dá pela Lei nº 9.504/97, conhecida como Lei das Eleições, pelas Instruções Normativas do TSE que encartam resoluções expedidas por aquele mesmo Tribunal, em que consultas públicas são usadas como pretensa suporte democrático.

Aqui outro problema é trazido para a disputa eleitoral. Não só a igualdade de condições é requerida, mas também a segurança jurídica. Sem este elemento a disputa corre o risco de ser viciada.

Esta proliferação de regras que se alteram a cada eleição, ou seja, a cada dois anos, podem criar sérias dúvidas quanto à validade da disputa e do resultado apurado em escrutínio. Para isto concorre a indevida usurpação de competência legislativa que o TSE concretiza a cada Instrução Normativa expedida.

Este trabalho pretende enfrentar os problemas acima aduzidos, bem como, clarificar o objeto desta pesquisa, que a cada dois anos assume uma aura mística, como se por si só tivesse o condão de prever ou determinar o futuro das eleições no Brasil.

## 2. A PESQUISA ELEITORAL.

Pesquisa eleitoral é uma espécie do gênero pesquisa de opinião. A mais conhecida delas é a pesquisa que tenta apurar a quantidade de votos que certo candidato a um cargo eletivo receberia se a eleição ocorresse no período de confecção da pesquisa, portanto, no quadro dinâmico de uma campanha eleitoral este tipo de pesquisa é um instantâneo capturado com a finalidade de “preparação da estratégia de campanha, aliciamento de potenciais aliados, convencimento de financiadores, conhecimento do que pensa o eleitorado e, por fim, **para influenciar eleitores.**”<sup>12</sup>

Reside no último elemento finalístico arrolado pelo professor Henrique Castro a principal fonte de controvérsia quanto ao papel desempenhado pelas pesquisas eleitorais no Brasil.

As pesquisas eleitorais, para doutrinadores e legisladores, poderiam conduzir o voto. Revela-se esta possibilidade no comportamento da mídia especializada que oferece as pesquisas aos leitores e telespectadores como se pudessem prever o futuro do escrutínio.

Tal como as previsões das mitológicas pitonisas, a pesquisa eleitoral deriva de uma técnica. Por isto, devem seguir certos padrões metodológicos e possuem um arsenal teórico e prático estabelecido. Usa dos conhecimentos científicos da estatística e seus resultados são usados para inferência de uma realidade da qual se busca conhecer certos detalhes a partir de uma parte dela. Portanto, as pesquisas eleitorais são tributárias do método indutivo, generalizando conclusões a partir de um subconjunto ou unidade do todo.

Seus elementos principais serão a seguir analisados, porém, antes é necessário mostrar que as pesquisas eleitorais são um fenômeno recente nos processos eleitorais, pois sua gênese data da primeira metade do século XX.

---

<sup>12</sup> CASTRO, Henrique Carlos de Oliveira de. *Os bastidores das pesquisas eleitorais*. apud FERREIRA, Emilce Roseane; PRAZERES, Sandra Helena dos. *Divulgação dos resultados de pesquisas eleitorais: perspectivas democráticas para minimizar eventuais induções ao voto do eleitor*. 196 f. Trabalho de Graduação (Especialização em Direito Eleitoral e Processual Eleitoral) Centro Universitário Claretiano, Batatais, São Paulo, 2007. Disponível em: <[http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=365&Itemid=999999999](http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=365&Itemid=999999999)> p. 41. (grifo nosso)

## 2.1. HISTÓRIA DA PESQUISA ELEITORAL

O professor Cristiano Ferraz explica que o que conhecemos hoje como pesquisa eleitoral apareceu no ano de 1932, nos Estados Unidos da América<sup>13</sup>. A revista *Literary Digest* operou um experimento com o objetivo de saber em qual dos candidatos à presidência dos EUA à época o eleitor pretendia votar. Para isto enviou vinte milhões de cédulas a seus leitores, das quais, três milhões retornaram respondidas. Da apuração das repostas chegou-se a conclusão que a preferência do eleitor americano (pelo menos dos leitores daquela revista) era por levar Franklin Delano Roosevelt à Casa Branca. Para surpresa de muitos, este resultado se confirmou nas urnas. O sucesso deste empreendimento levou a revista a repeti-lo na eleição seguinte. Em 1936 dez milhões de cédulas foram enviados com o retorno de dois milhões à redação da *Literary Digest*. Os resultados apurados apontaram para uma vitória de Alfred London, com 57% dos votos, enquanto o presidente Roosevelt perderia a reeleição com 43%.

Não foi o que se apurou nas urnas, Roosevelt foi eleito com 62,5% dos votos. Parecia que o método era falho e indigno de confiança. No entanto, o sucesso da tentativa anterior chamou a atenção do professor de jornalismo George Gallup, fundador do instituto que leva seu nome e dos pesquisadores Archibald Crossley e Elmo Roper. Gallup de um lado e Crossley e Roper de outro também levaram a cabo pesquisas usando o método de amostragem por cotas conseguindo apontar a reeleição de Roosevelt. Ainda que o tenham conseguido com margens de erro expressivas. Gallup errou o percentual de votos dados ao vencedor em 6,8%.

Tanto o fracasso da *Literary Digest*, quanto à margem de erro conseguida por George Gallup não levaram a reflexões mais profundas, mascarando um perigo que só mostraria sua face na eleição presidencial de 1948. Nas eleições de 1940 e de 1944, Gallup acertou o vencedor, nelas Roosevelt reeleger-se-ia por mais dois mandatos, conduzindo os EUA pelos difíceis anos da 2ª Grande Guerra. Porém em 1948, sem Roosevelt na corrida presidencial, Gallup previu a vitória de Thomas

---

<sup>13</sup>FERRAZ, Cristiano. *Crítica Metodológica às Pesquisas Eleitorais no Brasil*. 82 f. Dissertação (Mestrado em Estatística) – Instituto de matemática, estatística e Ciências da Computação, Universidade Estadual de Campinas. Campinas, São Paulo, 1996 Disponível em: < <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/zeus/auth.php?back=http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000105739&go=x&code=x&unit=x> > p. 6-9.

Dewey. O jornal *Chicago Tribune* saiu com uma manchete em letras garrafais que dizia “*DEWEY DEFEATS TRUMAN*”.<sup>14</sup> No entanto as urnas disseram outra coisa, o vencedor foi Harry Truman que comemorou segurando uma edição do jornal que afirmava sua derrota.

Aparentemente a derrota maior foi dos institutos de pesquisa e do próprio instrumento, incapaz de ser preciso. Será que

Dos oráculos sai alguma vez para os homens uma notícia feliz? É pelo anúncio de calamidades que a arte verbosa dos profetas dá sentido ao terror que inspira.<sup>15</sup>

Perguntar a uma pesquisa pode ser tão enganoso quanto perguntar a Pítia. Quando Creso, o Rei da Lídia, perguntou à Sibila qual seria o resultado da batalha que empreenderia contra o rei Ciro da Pérsia recebeu da Pítia a resposta - "Se Creso cruzar o rio Hális, destruirá um grande império." <sup>16</sup> Realmente foi assim que aconteceu. Creso cruzou com seu exército o rio Hális e o império lídio saiu derrotado e foi destruído. Creso não deu atenção aos muitos significados das palavras do oráculo. Da mesma forma, candidatos, imprensa e eleitor vendo nas pesquisas eleitorais um prenúncio do futuro, são levados ao engodo. As respostas verbosas das virgens do templo de Delfos tem certa correspondência com os números das pesquisas. Guardam a mesma necessidade de serem tomados com cautela, pois, o destino é tão brincalhão quanto são os significados.

No entanto os candidatos querem boas notícias, a imprensa quer a própria notícia e o estatístico tem aversão ao erro<sup>17</sup>, com isto deixam passar despercebidos avisos que podem prenunciar um drama ou até mesmo uma tragédia. Foi o que ocorreu nas primeiras eleições acompanhadas por pesquisas de intenção de voto nos Estados Unidos, os erros estavam diante dos olhos de todos os interessados e mesmo assim foi desprezado.

O professor Cristiano Ferraz analisa isso da seguinte maneira:

---

<sup>14</sup> Dewey derrota Truman

<sup>15</sup> ÉSQUILO. *Agamenon*. apud Volker, Camila Bylaardt. *As Palavras do Oráculo de Delfos: Um estudo sobre o De Pythiae Oraculis de Plutarco*. Dissertação (Pós graduação em Letras) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais, 2007. Disponível em: < [http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/1843/ECAP-6ZFG54/1/microsoft\\_word\\_\\_camila\\_bylaardt\\_volker.pdf](http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/1843/ECAP-6ZFG54/1/microsoft_word__camila_bylaardt_volker.pdf) >. Acesso em: 14 de Dezembro de 2010. p. 26.

<sup>16</sup> BRANDÃO. Junito de Souza. *Dicionário Mítico-etimológico da Mitologia Grega*. Petrópolis: Vozes, 1991. p.98

<sup>17</sup> ALMEIDA, Alberto Carlos. *Como são feitas as pesquisas eleitorais e de opinião*. Rio de Janeiro, RJ, Editora FGV, 2002. p. 24.

Considerando os erros praticados no pleito, apenas o de Roper – subestimou o número de votos do candidato vencedor em 12,8 pontos percentuais – destoava do desempenho apresentado, nas pesquisas eleitorais de 1936, pelos mesmos pesquisadores. No entanto, as sondagens superestimaram sistematicamente o voto dos candidatos republicanos. Gallup, por exemplo, superestimou em 6,8 pontos percentuais a percentagem de Roosevelt em 1936 e em 5,4 pontos percentuais o de Truman em 1948. A diferença é que em 1936 este fato não teve muita importância para efeito de previsão sobre quem seria o candidato eleito. **Fatalmente, os pesquisadores ignoraram o perigo inerente aos erros cometidos no passado.**<sup>18</sup>

Disso resultou uma ordem do governo estadunidense para que fossem investigadas as causas dos erros dos institutos de pesquisa. Da investigação levada pelo Social Science Research Council resultou que

[...] não foram observados os cuidados recomendados pelos princípios da teoria da amostragem estatística. Basicamente cometeram-se três erros. O primeiro: faltava aleatorização na escolha das unidades amostrais. O segundo: julgando certa a eleição de Dewey, Gallup suspendeu as pesquisas um mês antes do pleito. O terceiro: fragilidade teórica do plano de amostragem por cotas utilizado.<sup>19</sup>

Apesar deste início trôpego, as pesquisas invadiram o cenário das campanhas eleitorais do pós II Grande Guerra, tanto na Europa quanto nas Américas. Institutos de investigação da opinião pública foram criados, seja no âmbito privado como também no âmbito da administração pública. Dentre eles o mais festejado é o IFOP, Institut Français d'Opinion Publique, na França. No Brasil foi criado o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE).

O IBOPE, fundado em 1942, é o primeiro instituto criado no Brasil para aferir a opinião pública através do instrumento das pesquisas de opinião.<sup>20</sup> Na esteira do Instituto Gallup, o IBOPE tentava oferecer as pesquisas como um produto aos candidatos, mas sua principal intenção era ter como clientes a grande imprensa do país. Tal intenção demorou a se tornar realidade.

---

<sup>18</sup> FERRAZ, Cristiano. *Crítica Metodológica às Pesquisas Eleitorais no Brasil*. 82 f. Dissertação (Mestrado em Estatística) – Instituto de matemática, estatística e Ciências da Computação, Universidade Estadual de Campinas. Campinas, São Paulo, 1996 Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/zeus/auth.php?back=http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000105739&go=x&code=x&unit=x>>. Acesso em: 07 de Agosto de 2010. p. 9. (grifo nosso)

<sup>19</sup> Idem. p. 11

<sup>20</sup> Opinião pública é o objeto de intenso debate e investigação no século XX. Desde Gabriel Tarde com a obra “A opinião e as Massas”, passando por Pierre Bourdieu que nega sua existência no artigo “A Opinião Pública não Existe”, até a investigação mais aprofundada e atual de Patrick Champagne. Preferimos, neste trabalho não tratar das pesquisas de opinião no sentido estrito, mas de uma de suas espécies que é a pesquisa de intenção de voto.

O Brasil após o final da era Vargas retomava o caminho da democracia com a eleição para presidente de 2 de dezembro de 1945, caminho este interrompido pela brutalidade do golpe militar de 1º de abril de 1964 (para “eles” teria sido em 31 de março). Neste interregno a grande imprensa brasileira solenemente ignorou os serviços oferecidos pelo IBOPE, com exceção do jornal O Radical.

Restou ao IBOPE usar sua estrutura para pesquisas de opinião mercadológica e de produtos, bem como tentar sensibilizar seus desejados clientes com uma nota de marketing, em 1950, intitulada “As urnas confirmam; só a verdade se aproxima do IBOPE”.

Somente com a o fim dos anos de chumbo, a partir de 1985 é que os institutos de pesquisa tiveram renovada a chance de ocupar uma posição dentro do novo cenário eleitoral brasileiro. Não mais sozinho o IBOPE, se junta a outros institutos de âmbito nacional e regional para oferecer pesquisas de levantamento de intenção de voto e de opinião a partidos, candidatos e imprensa.

As pesquisas eleitorais encontraram neste período de redemocratização novos ideais plasmados a partir da Constituição de 1988<sup>21</sup> e uma estrutura midiática abrangente e multiforme. Encontraram também profissionais especializados no uso da mídia através das ferramentas de marketing. Tudo isto garantido por princípios constitucionais que visam tutelar a liberdade de imprensa e o direito à informação. Assim livre do controle autoritário e arbitrário dos censores do regime de exceção instalado em 1964, os profissionais dos institutos de pesquisas encontraram um mercado aberto para seus produtos, quais sejam as pesquisas de opinião. Tendo em vista toda a experiência acumulada em outros países, o instrumental estava pronto e o campo fértil para recebê-lo, principalmente a partir do momento em que tal instrumento se mostrou apto a ser explorado como propaganda e como notícia.

Não sem razão é neste período que aparecem as controvérsias relativas à validade científica, a ética dos profissionais envolvidos e a influência da divulgação das pesquisas eleitorais sobre a autenticidade do voto. O que impõe conhecer melhor este objeto para criticá-lo com a devida profundidade.

---

<sup>21</sup> SALGADO, Eneida Desiree. *Tijolo por Tijolo num Desenho Quase Lógico*. 237 f. Dissertação (Mestrado em Direito do Estado) – Pós Graduação em Direito, Setor de Ciências Jurídicas, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, p. 10

## 2.2. ELEMENTOS DA PESQUISA ELEITORAL

Dissecar o objeto técnico científico que é pesquisa eleitoral não é trabalho para juristas. O drama é que estes mesmos profissionais e cientistas sejam chamados a debruçar-se sobre este objeto estranho, composto de fórmulas incompreensíveis aos olhos dos não iniciados. Por isto, o auxílio do expert é imprescindível na tradução desta linguagem excêntrica aos operadores do direito.

O jurista não é aquilo que o Autodidata de Sartre<sup>22</sup> pretendia ser. No entanto, o conhecimento proporcionado por este saber técnico dirige-se a contribuir com uma solução aos conflitos que nascem ou possam nascer da disputa eleitoral. Ainda que não tenha condições de dominar o objeto núcleo do conflito, cabe ao jurista propor ou impor uma solução. Daí a necessidade de saber ao menos o mínimo do discurso no qual vai se adentrar e selecionar quais são os elementos relevantes que permitam dar as respostas exigidas pela sociedade.

O principal diploma legal concernente às pesquisas eleitorais é a Lei das Eleições, Lei nº 9.504/97. Em seus incisos III a VI do artigo 33 são elencados elementos objetivos necessários à confecção de uma pesquisa eleitoral retirados dos métodos científicos da estatística, alguns deles são:

### a) População e Amostra

O inciso IV, do artigo 33 da Lei das Eleições determina que uma amostra deva conter os itens sexo, grau de instrução, nível econômico e área física pesquisada. Para o legislador estes elementos são relevantes para determinar o comportamento de uma população quanto às suas intenções de voto. Para obter-se um entendimento mais preciso da intenção do legislador é necessário compreender a relação existente entre os conceitos de população (ou universo) e amostra.

Os conceitos de população e amostra são trazidos do ramo da matemática conhecida por estatística. Segundo Almeida a definição de população é: “o grupo total de pessoas, animais, células, ou coisas sobre as quais se quer obter informações”, enquanto amostra é: “uma parte da população, aquela parte que se

---

<sup>22</sup> SARTRE, Jean Paul. *A Náusea*. Coleção Mestres da Literatura Contemporânea. Editora Nova Fronteira/Altaya. Rio de Janeiro. p. 53-54. O Autodidata tomou para si a tarefa de ler todos os livros de certa biblioteca em ordem alfabética, para sua infelicidade estava ainda na letra “L” e a velhice já o havia atingido.

selecionou para extrair a informação que se deseja obter. A amostra deve ser uma réplica em pequena escala de toda a população.”<sup>23</sup>

Quanto mais complexa for a população pesquisada, mais complexa deverá ser a composição da amostra. Para melhor entender a relação existente entre amostra e população os estatísticos dão o exemplo de uma cozinheira que para saber se uma sopa esta bem preparada toma uma porção pequena numa colher. Aquela pequena porção lhe diz como esta o todo, não teria sentido consumir toda a sopa para obter tal informação, além disto, mesmo uma porção maior que uma colherada não lhe diria mais ao paladar.

Outras implicações nos mostra Castro quando esclarece que

...para conhecer o que se passa no organismo de uma pessoa, o médico pede um exame de sangue. Mas mais importante do que a quantidade de sangue retirado são as condições de coleta. Caso sejam cumpridas as exigências técnicas, alguns mililitros de sangue permitem saber o que acontece no organismo inteiro. O mesmo ocorre com as pesquisas: se a escolha da amostra, o questionário, a coleta de dados forem bem feitos, uma amostra relativamente pequena permite conhecer o que pensa o eleitorado.<sup>24</sup>

Ou seja, a amostra assume papel fundamental para permitir a obtenção da informação desejada numa pesquisa, fazer corresponder seus elementos à complexidade da população estudada é um desafio que exige rigor e arsenal técnico e teórico a disposição do pesquisador. Como foi visto acima as pesquisas eleitorais, bem como, as de opinião, são aproximações à realidade, possuem teor probabilístico, portanto podem errar. Ferraz reportando-se às pesquisas realizadas nas eleições americanas dos anos 40 informa que

O plano amostral utilizado por Gallup, Crossley e Roper justificava a possibilidade de extrapolações a partir do fato da amostra constituir uma verdadeira miniatura da população. Assim, seguindo o método, as pessoas entrevistadas devem corresponder proporcionalmente à composição da

<sup>23</sup> ALMEIDA, Alberto Carlos. *Como são feitas as pesquisas eleitorais e de opinião*. Rio de Janeiro, RJ, Editora FGV, 2002. p.46

<sup>24</sup> CASTRO, Henrique Carlos de Oliveira de. *Os bastidores das pesquisas eleitorais*. Apud FERREIRA, Emilce Roseane; PRAZERES, Sandra Helena dos. *Divulgação dos resultados de pesquisas eleitorais: perspectivas democráticas para minimizar eventuais induções ao voto do eleitor*. 196 f. Trabalho de Graduação (Especialização em Direito Eleitoral e Processual Eleitoral) Centro Universitário Claretiano, Batatais, São Paulo, 2007. Disponível em: <[http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=365&Itemid=99999999](http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=365&Itemid=99999999)> p.40

população de eleitores, segundo características identificáveis como sexo, idade e classe social.<sup>25</sup>

Mas então porque erraram? A resposta está na composição da amostra, ou seja, na forma como os elementos deveriam fazer parte desta miniatura de uma realidade complexa.

b) Amostra por cotas e amostra probabilística.

O grande vilão de uma amostra é o viés, que Almeida define como sendo o “desvio consistente, repetido, e na mesma direção, da estatística amostral em relação ao parâmetro da população”.<sup>26</sup> Em outras palavras, é a possibilidade de em uma amostra, mesmo composta por todos os elementos que fazem parte de uma população, haver uma predominância de um ou alguns destes elementos, provocando um desvio dos resultados. Explicando melhor, se um dos elementos for a raça e houver diferença consistente de opiniões acerca de certo assunto nos vários extratos raciais de uma sociedade, um viés pode se manifestar se os entrevistados de uma pesquisa forem em maior número que sua predominância em certa população.

Quanto maior for a influência do viés, maior será a imprecisão dos resultados. Por esta razão a estatística tratou de procurar remédios para evitar este mal.

Uma das formas foi usada por Gallup, Crossley e Roper, trata-se da amostra por cotas. Esta forma de amostragem lhes proporcionou resultados muito mais precisos que aqueles obtidos pela revista *Literary Digest*. Para se chegar a este tipo de amostra, primeiro é preciso conhecer a população a ser estudada. Em seguida saber quais fenômenos ou características se deseja conhecer com a pesquisa, para então, serem determinados quais são os elementos de interesse que comporão a amostra.

Assim, elementos como escolaridade, classe social, renda, sexo, idade, podem ser elementos designadores das cotas, faltando apenas saber qual o peso de

---

<sup>25</sup> FERRAZ, Cristiano. *Crítica Metodológica às Pesquisas Eleitorais no Brasil*. 82 f. Dissertação (Mestrado em Estatística) – Instituto de matemática, estatística e Ciências da Computação, Universidade Estadual de Campinas. Campinas, São Paulo, 1996 Disponível em: < <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/zeus/auth.php?back=http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000105739&go=x&code=x&unit=x> > p.13

<sup>26</sup> ALMEIDA, Alberto Carlos. *Como são feitas as pesquisas eleitorais e de opinião*. Rio de Janeiro, RJ, Editora FGV, 2002. p.98.

cada um deles na população para então reproduzi-los proporcionalmente na amostra. A partir disto parte-se para determinar quantas entrevistas serão necessárias para preencher cada cota.

A amostra por cotas é bastante criticada nos meios científicos. Segundo o professor Cristiano Ferraz elas carecem de cientificidade<sup>27</sup>, enquanto Alberto Carlos de Almeida adverte que

Há, porém, duas desvantagens importantes. Uma delas é que o entrevistador seleciona o entrevistado, o que pode resultar em viés. Para que isso ocorra, apesar de cumpridas corretamente as cotas da amostra, basta que se verifique o seguinte: a) haver outra característica da população que não faça parte da cota, mas que esteja correlacionada com a informação que se deseja obter; e b) que os entrevistadores sistematicamente entrevistem mais pessoas com esta característica. Por exemplo, se a cor não fizer parte da cota, mas apenas o sexo, idade e escolaridade, e se os brancos votarem de forma diferente dos negros, muito provavelmente o resultado da pesquisa apresentará viés se todos os entrevistados forem negros (ou brancos).<sup>28</sup>

Ainda assim, esta é a forma de amostragem largamente utilizada pelos institutos de pesquisas no Brasil, isto devido a seu custo e maior rapidez na confecção da pesquisa.

O remédio prescrito para os problemas gerados pelas amostras por cotas é a aleatorização das amostras, o que resulta em amostras probabilísticas ou aleatórias. Ferraz leciona que

Contrastando com a ideia de quotas, uma amostragem aleatória ou probabilística caracteriza-se essencialmente pelo conhecimento prévio da probabilidade de que cada indivíduo venha a fazer parte da amostra. Para tanto, o estatístico lança mão de processos físicos de aleatorização como, por exemplo, um simples sorteio.<sup>29</sup>

O professor Alberto Carlos Almeida esclarece que as amostras podem ser de vários tipos. A amostra probabilística simples tem sua aleatorização por sorteio

---

<sup>27</sup> FERRAZ, Cristiano. *Crítica Metodológica às Pesquisas Eleitorais no Brasil*. 82 f. Dissertação (Mestrado em Estatística) – Instituto de matemática, estatística e Ciências da Computação, Universidade Estadual de Campinas. Campinas, São Paulo, 1996 Disponível em: < <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/zeus/auth.php?back=http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000105739&go=x&code=x&unit=x>>p.37

<sup>28</sup> ALMEIDA, Alberto Carlos. *Como são feitas as pesquisas eleitorais e de opinião*. Rio de Janeiro, RJ, Editora FGV, 2002. p. 57.

<sup>29</sup> FERRAZ, Cristiano. *Crítica Metodológica às Pesquisas Eleitorais no Brasil*. 82 f. Dissertação (Mestrado em Estatística) – Instituto de matemática, estatística e Ciências da Computação, Universidade Estadual de Campinas. Campinas, São Paulo, 1996 Disponível em: < <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/zeus/auth.php?back=http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000105739&go=x&code=x&unit=x>> p.16.

de modo que “cada unidade da população tenha uma chance conhecida e igual de ser sorteado”<sup>30</sup>. Na amostra sistemática há a condição de que “o sorteio das unidades a serem selecionadas para a amostra seja feito considerando-se todas as unidades, do início ao fim da lista”<sup>31</sup>. Na amostra estratificada se “procura assegurar que a amostra seja realmente representativa da população. [...] se divide a população em subconjuntos ou estratos e, dentro de cada estrato, se sorteia uma amostra aleatória, simples ou sistemática”<sup>32</sup>. Todas elas permitem maior precisão no resultado, porém são mais caras e mais difíceis de realizar.

Do ponto de vista técnico, é na determinação da amostra que se concentram os principais debates acerca da validade das pesquisas eleitorais, o professor Cristiano Ferraz ilumina o assunto afirmando que

Apesar de tudo, a amostragem por quotas ainda é bastante utilizada, em todo mundo, para levantamentos de opinião pública. Este fato pode ser compreendido a partir dos baixos custos deste método bem como da agilidade no processamento de dados, comparado com a amostragem probabilística. Em alguns casos pode haver inclusive a impossibilidade de aleatorização às unidades amostrais. No entanto, é preciso ser cuidadoso ao optar pelo econômico e pelo fator tempo, tendo em vista as consequências relativas à precisão das informações obtidas.<sup>33</sup>

c) Margem de erro e intervalo de confiança.

Intimamente ligados à ideia de amostra estão os conceitos de margem de erro e intervalo de confiança. Também são informações exigidas pelo inciso IV, do Artigo 33, da Lei das Eleições, como informações necessárias a serem apresentadas à Justiça Eleitoral no ato do registro de qualquer pesquisa eleitoral.

Estas são informações que qualificam uma pesquisa, dando conta de sua precisão e confiabilidade. Para Almeida a margem de erro “diz o quão perto a estatística da amostra cai ou está em relação ao parâmetro da população”<sup>34</sup>, enquanto intervalo de confiança “diz que percentual de todas as amostras possíveis satisfaz à margem de erro”<sup>35</sup>. No entanto é mais esclarecedor quando informa que

<sup>30</sup> ALMEIDA, Alberto Carlos. *Como são feitas as pesquisas eleitorais e de opinião*. Rio de Janeiro, RJ, Editora FGV, 2002. p.52

<sup>31</sup> Idem. p. 53

<sup>32</sup> Idem. p. 54

<sup>33</sup> Idem. p.22.

<sup>34</sup> Idem. p. 58

<sup>35</sup> Idem. p. 58

Quando se afirma que a margem de erro é de três pontos percentuais para cima e para baixo e que o intervalo de confiança é de 95%, está-se afirmando que, se na amostra um candidato tiver 30% das intenções de voto (lembre-se, esse número é a estatística amostral), na população esse candidato deve ter entre 27 e 33% das intenções de voto. Além disso, como o intervalo de confiança é de 95%, uma em cada 20 pesquisas feitas com a mesma metodologia possivelmente irá apresentar um resultado fora da margem de erro. Em outras palavras; o erro de uma pesquisa, entre 20 realizadas (isso é uma probabilidade), será maior do que três pontos percentuais para cima ou para baixo.<sup>36</sup>

Usualmente os institutos de pesquisas atuantes no Brasil divulgam margens de erro que variam de 2 a 3% e intervalo de confiança de 95%. No entanto, apesar de divulgarem o uso de amostras probabilísticas, Ferraz afirma que

Todos estes - (IBOPE, Gallup, Datafolha e Vox Populi) - institutos - é sabido - têm em comum a utilização do método de amostragem por quotas, [...], diferindo apenas quanto a alguns detalhes como variáveis de controle e gerenciamento operacional.<sup>37</sup>

Em tais amostras, conforme afirma Almeida, “não é possível calcular margens de erro e intervalos de confiança, pode-se apenas estimar empiricamente os seus valores”<sup>38</sup>.

A margem de erro e o intervalo de confiança, além de terem a função de informar qual o nível de confiabilidade dos resultados obtidos numa pesquisa, cumprem uma segunda função, a de determinar qual será o tamanho da amostra. Conforme se combinam estes dois elementos serão necessárias mais ou menos entrevistas. A tabela a seguir demonstra isto com clareza esta questão:

**TABELA 1 - RELAÇÃO ENTRE AMOSTRA, MARGEM DE ERRO E INTERVALO DE CONFIANÇA**

<b>Tamanho da amostra / intervalo de confiança</b>	<b>100</b>	<b>200</b>	<b>400</b>	<b>750</b>	<b>1000</b>	<b>1500</b>	<b>3000</b>	<b>5000</b>
99%	12,9	9,1	6,5	4,7	4,1	3,3	<b>2,4</b>	<b>1,8</b>
95%	9,8	6,9	4,9	3,6	3,1	<b>2,5</b>	<b>1,8</b>	<b>1,4</b>
90%	8,2	5,8	4,1	<b>3,0</b>	<b>2,6</b>	<b>2,1</b>	<b>1,5</b>	<b>1,2</b>

Fonte: ALMEIDA, Alberto Carlos. *Como são feitas as pesquisas eleitorais e de opinião*. p. 60

ALMEIDA, Alberto Carlos. *Como são feitas as pesquisas eleitorais e de opinião*. Rio de Janeiro, RJ, Editora FGV, 2002. p. 58

<sup>37</sup> FERRAZ, Cristiano. *Crítica Metodológica às Pesquisas Eleitorais no Brasil*. 82 f. Dissertação (Mestrado em Estatística) – Instituto de matemática, estatística e Ciências da Computação, Universidade Estadual de Campinas. Campinas, São Paulo, 1996 Disponível em: < <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/zeus/auth.php?back=http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000105739&go=x&code=x&unit=x> > p. 42

<sup>38</sup> ALMEIDA, Alberto Carlos. *Como são feitas as pesquisas eleitorais e de opinião*. Rio de Janeiro, RJ, Editora FGV, 2002. p. 61

Verifica-se com estes números que:

- Quanto maior a amostra, maior sua precisão (dados aqui pela combinação de margem de erro e intervalo de confiança).
- A partir de certo tamanho de amostra o ganho de precisão diminui drasticamente, o que justifica a desnecessidade de amostras muito grandes como a usada pela revista *Literary Digest*.<sup>39</sup>

d) Questionário, trabalho de campo e análise dos resultados.

Superadas as dificuldades referentes à amostra, a atenção dos responsáveis por uma pesquisa se volta à confecção de um questionário e para sua aplicação no trabalho de campo.

A confecção do questionário é um item bastante sensível, visto que, a escolha das palavras, a ordem das perguntas e mesmo a forma escolhida para as respostas, pode atribuir um viés a pesquisas, tornando absolutamente imprecisa. As perguntas do questionário podem ser do tipo aberto ou do tipo fechado. Será do tipo aberto se o entrevistado puder dar a resposta que quiser à pergunta formulada, ou seja, não deve haver qualquer indução de resposta pelo entrevistador. É esta modalidade de pesquisa que os institutos chamam de “espontânea”. Caso o entrevistador forneça as opções de resposta ao entrevistado, as perguntas destes questionários serão do tipo fechado, é a pesquisa de intenção de voto estimulada. É comum que o primeiro tipo seja usado nos períodos em que ainda não há definição de quais serão os candidatos ao pleito pelas convenções partidárias. Após serem definidos tais candidatos usa-se a pesquisa de intenção de voto com resposta estimulada.

Interessante perceber que a escolha entre perguntas abertas e perguntas fechadas podem trazer resultados bem diferentes, segundo Almeida “[...] - na pergunta fechada - a proporção de indecisos cai drasticamente em benefício do aumento da intenção de voto nos candidatos mais bem posicionados no pleito”<sup>40</sup>.

O mesmo autor arrola certos cuidados a serem seguidos na formulação do questionário. Deve-se perguntar o que se deseja saber. Fazer perguntas que

---

<sup>39</sup> Ver acima o tópico 2.1.

<sup>40</sup> ALMEIDA, Alberto Carlos. *Como são feitas as pesquisas eleitorais e de opinião*. Rio de Janeiro, RJ, Editora FGV, 2002. p.82.

desviem o foco das pesquisas provocarão resultados enviesados, por contaminarem as outras perguntas. É fundamental elaborar perguntas claras procurando evitar a negação na formulação das perguntas. É preferível que sejam diretas e objetivas. Sempre direcionar-se para a utilização de uma redação balanceada. Com isto a pergunta deve permitir ao entrevistado ter opções de resposta, seja favorável ou desfavorável. Evitar coloquialismos, jargões ou lugares comuns. A isto acrescentaríamos também os bordões utilizados na mídia de massa. Tais palavras ou expressões levam a uma concordância por parte do entrevistado sem a mediação da crítica pessoal. É necessário levar em consideração o nível de instrução formal dos entrevistados. O uso de palavras difíceis ou termos técnicos pode inviabilizar uma resposta sincera, com isto, o entrevistado pode ser levado a dar qualquer resposta, apenas para agradar o entrevistador. Tomar o cuidado de elaborar perguntas e estruturar o questionário de modo a evitar as respostas socialmente aceitáveis. Também aqui o perigo é a resposta ser dada para agradar o entrevistador, pois no instante da entrevista ele pode ser visto pelo entrevistado como um representante da sociedade que ele não deseja desafiar. Testar as opções de resposta das perguntas fechadas. Como neste caso as respostas são apresentadas ao entrevistado pelo entrevistador numa forma gráfica. Sua sequência e “layout” podem dirigir as opções do entrevistado. Escolher quais perguntas serão feitas no início e quais no final do questionário. Lembrar que as perguntas já realizadas contaminam as perguntas que serão feitas em seguida<sup>41</sup>.

Todo o trabalho realizado na formulação do questionário pode ser perdido no momento do trabalho de campo. A escolha dos entrevistados e supervisores, seu treinamento e o controle de sua atuação são fundamentais para evitar que o entrevistador seja um item de rejeição por parte do entrevistado ou de condução das respostas por ele dadas. Todo o trabalho de supervisão deve evitar que a metodologia aplicada seja fraudada ou que o entrevistado não se sinta a vontade para responder livremente.

Almeida propõe duas regras básicas para que o entrevistador não venha a conduzir a resposta do entrevistado. Primeiramente o entrevistador deve evitar situações de constrangimento ao entrevistado, deixando-o livre para responder segundo sua vontade. Por isto o entrevistador nunca deve contestar a resposta dada

---

<sup>41</sup> Idem. p.95-96

pelo entrevistado. A segunda regra se refere à linguagem a ser usada, o entrevistador deve estar treinado a usar a linguagem planejada pelos formuladores das pesquisas, não deve usar uma linguagem mais formal ou mais coloquial a seu talante. Adaptar a linguagem e tentar explicar as perguntas pode ser uma forma de conduzir a resposta fora do que é o escopo da pesquisa<sup>42</sup>.

Outro problema, bastante sensível e que tem forte impacto no Brasil é a questão do preconceito e da violência. A diferença étnica entre entrevistador e entrevistado pode suscitar respostas enviesadas, ou mesmo, criar uma rejeição ao entrevistador.

Almeida mostra isto em dois relatos. No primeiro perguntou-se ao público norte americano se o tratamento dado aos negros seria pior pelos japoneses se estes vencessem a II Guerra Mundial. O entrevistado deveria escolher entre as opções: pior, melhor ou a mesma coisa. Verificou-se que se a pergunta era feita a um negro por um branco a resposta pior tinha um percentual muito maior que se a mesma pergunta fosse feita por um entrevistador negro. Isto mostrou que o negro sentia-se menos à vontade diante de um entrevistador branco. No Brasil não seria diferente, com a agravante de que a cor da pele, ainda que muito importante, não é o único item a revelar o preconceito que permeia nossa sociedade. Isto é revelado por Almeida num segundo relato acerca de uma pesquisa realizada pela Universidade Federal Fluminense (UFF). As pesquisadoras devidamente identificadas, com crachás da UFF eram rejeitadas, até mesmo com violência, no bairro de Ipanema por não terem o perfil de uma moradora da zona sul carioca. No dia seguinte, uma entrevistadora com o fenótipo típico da classe média do Rio de Janeiro conseguiu fazer todas as entrevistas sem grandes problemas. De outro lado para subir o morro da Rocinha, as entrevistadoras que foram rechaçadas em Ipanema tiveram que se deparar com os “soldados” do tráfico, tendo seu trabalho mais uma vez limitado pela violência<sup>43</sup>. Tanto a violência do preconceito, quanto a do crime, são dificultadores numa realidade social adversa comum a muitas cidades do Brasil.

Por fim, se todo o trabalho foi realizado com o rigor metodológico necessário, o pesquisador terá em mãos dados brutos que deverão ser lapidados

---

<sup>42</sup> ALMEIDA, Alberto Carlos. *Como são feitas as pesquisas eleitorais e de opinião*. Rio de Janeiro, RJ, Editora FGV, 2002. p. 115

<sup>43</sup>Idem. p.117

por uma análise também rigorosa, de modo a atender aos questionamentos que o levaram a investigar o objeto escolhido. Os dados recolhidos podem ensejar diversos tipos de análise e responder diversas perguntas, por esta razão Almeida adverte que

É necessário, pois, saber exatamente o que se quer para que as pesquisas permitam a realização de boas análises. Por isso é que as melhores pesquisas eleitorais do ponto de vista da análise tendem a ser elaboradas por aqueles que entendem e tem boas explicações para o comportamento do eleitor. Essas pessoas sabem o que perguntar. Em geral, só um especialista no tema consegue fazer boas perguntas sobre ele.<sup>44</sup>

Vimos até o momento alguns dos percalços técnicos pelos quais um pesquisador pode vir a incorrer em erro. O erro é possível, mais ainda, é provável, porém, isto não isenta profissionais e institutos de serem responsabilizados por erros decorrentes de negligência, imperícia ou imprudência na realização de seu trabalho.

---

<sup>44</sup> ALMEIDA, Alberto Carlos. *Como são feitas as pesquisas eleitorais e de opinião*. Rio de Janeiro, RJ, Editora FGV, 2002. p. 121

### 3. A REGULAMENTAÇÃO NORMATIVA

Duas são as instâncias de regulamentação normativa do processo eleitoral brasileiro. Candidatos, eleitores, imprensa, institutos de pesquisa e a sociedade em geral devem obedecer tanto ao ordenamento jurídico emanado do poder legislativo, quanto às resoluções e instruções normativas exaradas pelo Tribunal Superior Eleitoral.

#### 3.1. LEI Nº 9.504 DE 30 DE SETEMBRO DE 1997

Do ponto de vista legislativo a lei de regência do processo eleitoral é a Lei nº 9.504/97, que derogou vários artigos do Código Eleitoral, Lei nº 4.737 de 15 de Julho de 1965, tornando-se a Lei das Eleições. No que se refere às pesquisas eleitorais o referido diploma legal é bastante econômico, tratando do assunto em poucos artigos.

O artigo 33 da Lei das Eleições nos permite uma definição positiva do objeto pesquisa eleitoral

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:<sup>45</sup>

Por sua vez, o paragrafo 2º da minuta de resolução para as eleições de 2012, decorrente de audiência pública, divulgada no sítio eletrônico do TSE, que repete o artigo 21 da Resolução nº 23.190, da Instrução 127 para as eleições de 2010, permite inferir uma definição negativa do que é pesquisa eleitoral ao definir o que é enquete ou sondagem, nos seguintes termos:

Art. 2º Não estão sujeitas a registro as enquetes ou sondagens.

§ 1º Na divulgação dos resultados de enquetes ou sondagens, deverá ser informado que não se trata de pesquisa eleitoral, tal como descrita no art.

---

<sup>45</sup> BRASIL, Tribunal Superior Eleitoral. *Código Eleitoral Anotado*. Disponível em: <<http://www.justicaeleitoral.gov.br/tse/legislacao/codigo-eleitoral-annotado/codigo-eleitoral-annotado-e-legislacao-complementar-9a-edicao>>. Acesso em: 01 de fevereiro de 2011. (grifo nosso)

33 da Lei nº 9.504/97, e sim de **mero levantamento de opiniões, sem controle de amostra, o qual não utiliza método científico para sua realização, dependendo, apenas, da participação espontânea do interessado.**<sup>46</sup>

Da integração dos dois dispositivos normativos, se chega a uma definição do que é pesquisa eleitoral do ponto de vista legal. Pesquisa eleitoral é uma pesquisa de opinião pública relativa às eleições ou aos candidatos, para conhecimento público, com controle de amostra, que utiliza método científico para sua realização.

Nos incisos que complementam o artigo 33 da Lei nº 9.504/97, repetidos no artigo 1º da minuta que deverá servir como Resolução e Instrução para as eleições de 2012, são arrolados os requisitos exigidos por lei para que uma pesquisa eleitoral seja registrada e tenha a permissão de ser divulgada. São aqueles que o legislador achou por bem exigir dos institutos de pesquisa para permitir o controle das pesquisas de modo que se possa verificar sua idoneidade e responsabilizar aqueles desvios que forem constatados. Alguns destes requisitos são objetivos

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;

#### Outros são subjetivos

I – quem contratou a pesquisa;

VII – o nome de quem pagou pela realização do trabalho.

Solicitado o registro, o Juiz mandará dar publicidade aos documentos apresentados por 30 dias, permitindo que os legitimados ou o Ministério Público procedam à impugnação das pesquisas pela via da Representação. O rol de legitimados e a competência do Ministério Público teve sua explicitação via Resolução, no artigo 15 da Resolução nº 23.190, da Instrução 127 para as eleições

---

<sup>46</sup> BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *Minuta de instrução de pesquisa versão audiência pública eleições 2012*. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-2012/arquivos/minuta-de-instrucao-de-pesquisa-versao-audiencia-publica-eleicoes-2012>. Acessado em: 07 de agosto de 2011. (grifo nosso)

de 2010 e na minuta que deverá servir de resolução para as eleições de 2012 no artigo 16, com a seguinte redação:

Art. 16. O Ministério Público Eleitoral, os candidatos e os partidos políticos ou coligações estão legitimados para impugnar o registro e/ou a divulgação de pesquisas eleitorais perante o Juiz Eleitoral competente, quando não atendidas as exigências contidas nesta resolução e no art. 33 da Lei nº 9.504/97.<sup>47</sup>

A divulgação de pesquisa sem, ou antes, de cumpridas as formalidades do caput do artigo 33 levam a imposição da penalidade administrativa inscrita no parágrafo 3º do mesmo artigo, e repetida nas instruções do TSE com a substituição dos valores expressos em UFIR por valores em moeda corrente. Nos termos seguintes:

Art. 18. A divulgação de pesquisa sem o prévio registro das informações constantes do art. 1º desta resolução sujeita os responsáveis à multa no valor de R\$ 53.205,00 (cinquenta e três mil duzentos e cinco reais) a R\$ 106.410,00 (cento e seis mil quatrocentos e dez reais) (Lei nº 9.504/97, art. 33, § 3º)<sup>48</sup>.

Todos estes dispositivos acima mencionados (artigos 1º, 16 e 18) formam um sistema de controle das pesquisas eleitorais. Um controle que deve ser feito pelos interessados ou pelo Ministério Público. Veja-se que apesar das provas terem que ser apresentadas ao Juiz não é dado a ele impugnar qualquer pesquisa de ofício, evitando assim a eterna tentação do direito brasileiro de se abrigar no princípio inquisitivo.

Pelo contrário a sistemática verificada acima permite que o Estado Juiz atue sob o princípio dispositivo, dentro de um sistema acusatório que nas palavras de Jacinto Nelson de Miranda Coutinho se estrutura quando “a gestão das provas está nas mãos das partes, o juiz dirá, com base exclusivamente nessas provas, o direito a ser aplicado no caso concreto”<sup>49</sup>. As provas ficam a disposição das partes no juízo, mas não é dado ao magistrado exercer um controle de ofício a partir destas provas, mesmo elas não sendo fornecidas pelos institutos. A partir desta lógica o

---

<sup>47</sup> BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *Minuta de instrução de pesquisa versão audiência pública eleições 2012*. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-2012/arquivos/minuta-de-instrucao-de-pesquisa-versao-audiencia-publica-eleicoes-2012>. Acessado em: 07 de agosto de 2011.

<sup>48</sup> Idem.

<sup>49</sup> COUTINHO, Jacinto Nelson de Miranda. *Introdução aos Princípios Gerais do Processo Penal Brasileiro*. In: Revista da Faculdade de Direito da UFPR. Curitiba, ano 30, nº 30. UFPR, Curitiba, 1998. p. 166.

TSE afirma que o disposto no artigo 33 da Lei das Eleições não permite ao Juiz Eleitoral negar ou dar provimento ao registro e com isto fazer um exame de admissibilidade da pesquisa eleitoral a ser registrada, fica claro nos seguintes Acórdãos paradigmáticos, assim ementados:

AGRAVO DE INSTRUMENTO Nº 4.654 - CLASSE 2ª - MINAS GERAIS (202ª Zona - Pará de Minas).

Relator: Ministro Fernando Neves.

Agravante: Setam Ltda. - Consultoria Empresarial.

Advogado: Dr. João Batista de Oliveira Filho e outros.

Pesquisa eleitoral. Indeferimento. Registro. Inexistência. Apuração. Irregularidade. Representação. Art. 96 da Lei nº 9.504/97.

1. O registro de pesquisa eleitoral se dá mediante o fornecimento, até cinco dias antes da divulgação, das informações à Justiça Eleitoral, não sendo passível de deferimento ou indeferimento.
2. O Ministério Público, desejando impugnar a pesquisa por considerá-la irregular, deve propor representação nos termos do art. 96 da Lei nº 9.504/97.<sup>50</sup>

ACÓRDÃO Nº 357

RECLAMAÇÃO Nº 357 - CLASSE 202 - MINAS GERAIS (184ª Zona - Montes Claros).

Relator: Ministro Caputo Bastos.

Reclamante: Intervisão Emissoras de Rádio e Televisão Ltda. Advogado: Dr. Reginaldo Oscar de Castro e outros. Reclamado: Juiz da 184ª Zona Eleitoral.

Reclamação. Portaria. Determinação. Juiz eleitoral. Suspensão. Proibição. Publicação. Pesquisa eleitoral. Res.-TSE nº 21.576. Disposições. Contrariedade. Alegação. Exercício. Poder de polícia. Impossibilidade.

1. O art. 17 da Res.-TSE nº 21.576 expressamente estabelece que "as pesquisas eleitorais poderão ser divulgadas a qualquer tempo, inclusive no dia das eleições (Constituição, art. 220, § 12; Acórdão-TSE nº 10.305, de 27.10.1998)".
2. Não pode o magistrado proibir a publicação de nenhuma pesquisa eleitoral, ainda que sob a alegação do exercício do Poder de polícia.
3. Esta Corte Superior já assentou que se exige que as informações relativas a pesquisa sejam depositadas na Justiça Eleitoral, nos termos do art. 22 da Res.-TSE nº 21.576, a fim de possibilitar ciência aos interessados que, caso constatem alguma irregularidade, possam assim formular

<sup>50</sup> BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *Agravo de instrumento 4654/MG*. Relator Ministro Fernando Neves. Disponível em < <http://www.tse.jus.br/sadJudInteiroTeor/pesquisa/Inteiro%20Teor>>. Acesso em 03 de maio de 2011.

representação nos termos do art. 96 da Lei nº 9.504/97. Precedente: Acórdão nº 4.654.

Reclamação julgada procedente.<sup>51</sup>

O parágrafo 4º do artigo 33 da Lei nº 9.504/97 tem natureza penal e se refere à fraude. A ação incriminada na fraude consubstancia-se em induzir ou manter alguém em erro para obter vantagens ilícitas. Diferencia-se do erro que é uma percepção distorcida ou alterada da realidade. Fraudar então é distorcer a realidade ou altera-la deliberadamente para com isto obter uma vantagem reprovada socialmente. Considerando-se que o bem jurídico aqui protegido é a “vontade livre do eleitor”;<sup>52</sup> o crime aconteceria em qualquer momento em que fossem alterados dados ou resultados de pesquisa que fizessem o eleitor acreditar que um candidato tem certo percentual de preferência, quando na realidade este percentual é outro. Não se trata de mero erro do estatístico ou do instituto de pesquisa, visto que não há crime culposo na esfera eleitoral, é necessário o dolo.

José Antonio Dias Toffoli defende um conceito objetivo de fraude para o ordenamento eleitoral<sup>52</sup>. Fraude, para o Ministro Supremo Tribunal Federal, no processo eleitoral prescindiria do elemento subjetivo, qual seja o dolo. No entanto, fraude sem dolo é erro e neste caso exigiria também um dos elementos normativos, imperícia, imprudência ou negligência para permitir uma persecução estatal. De todo modo, não há crime na forma culposa em processo eleitoral, assim como não há crime sem o elemento subjetivo, como ensina o Professor Juarez Cirino dos Santos.

O tipo de conduta proibida constitui uma unidade subjetiva e objetiva de elementos descritivos e normativos [...] Em alguns tipos legais as dimensões subjetiva e objetiva estão entrelaçadas: assim, o artifício, o ardil ou **a fraude**, no estelionato (art.171), **referem acontecimentos externos impensáveis sem a consciência interna do engano** [...]<sup>53</sup>

Caso fosse adotado o pensamento do ministro Dias Toffoli, o parágrafo em questão não poderia ter natureza penal, teria que ser deslocado para a esfera civil ou administrativa.

Porém a redação deste artigo é clara quanto a sua natureza

<sup>51</sup> BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. *Reclamação 357, Classe 202, Minas Gerais*. Disponível em: < <http://www.tse.jus.br/sadJudInteiroTeor/pesquisa/Inteiro%20Teor>>. Acesso em: 03 de maio de 2011.

<sup>52</sup> TOFFOLI, José Antonio Dias. *Breves considerações sobre a Fraude ao Direito eleitoral*. in revista brasileira de Direito eleitoral – RBDE, ano 1, nº 1, jul/dez 2009. Ed. Fórum, 2009. p.45

<sup>53</sup> SANTOS, Juarez Cirino dos. *Direito Penal: Parte Geral*. Lumen Iuris, Curitiba, 2006. p. 108. (grifo nosso)

§ 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.<sup>54</sup>

É necessário o elemento subjetivo ao tipo, ou seja, o dolo, mas como provar-lo? Poderia admitir-se uma forma culposa, tendo em vista, a pesquisa ser uma intervenção técnica? Como dito anteriormente, isto não é admitido, porém, como fica a proteção ao bem jurídico “vontade livre do eleitor” e seu direito à informação? Aliás, diga-se de passagem, não qualquer informação, mas uma informação correta. A cada período eleitoral o judiciário é chamado a responder a estas indagações.

O caput artigo 34 da Lei das Eleições foi vetado e em sua redação original previa instrumentos para um controle prévio das pesquisas, nestes termos:

Art.34. Imediatamente após o registro da pesquisa, as empresas e entidades mencionadas no artigo anterior colocarão à disposição dos partidos ou coligações, em meio magnético ou impresso, todas as informações referentes a cada um dos trabalhos efetuados<sup>55</sup>.

Este controle poderia se consubstanciar em censura prévia, inviabilizando a divulgação das pesquisas, por esta razão o referido caput restou vetado com a seguinte justificativa:

O dispositivo em questão determina o fornecimento aos partidos ou coligações concorrentes, imediatamente após o registro de pesquisa eleitoral, de todas as informações a ela referentes. É plausível o entendimento de que ‘todas as informações’ incluem os próprios resultados da pesquisa, além do especificado nos incisos do art. 33. Ora, o art. 33 impõe um prazo mínimo de cinco dias entre o registro da pesquisa e a publicação dos seus resultados. Os partidos ou coligações concorrentes teriam, desse modo, acesso aos resultados da pesquisa antes do público em geral. É de todo previsível, nessa circunstância, que se multiplicariam as tentativas de impugnação judicial da divulgação desta ou daquela pesquisa pelos partidos que se julgassem eventualmente desfavorecidos pelos resultados, numa espécie de censura prévia. Trata-se, portanto, de exigência incompatível com o interesse público<sup>56</sup>.

Para Emilce Rosiane Ferreira e Sandra Helena dos Prazeres, poder-se-ia salvar o caput vetado se apenas o Ministério Público e a Justiça Eleitoral tivessem acesso aos dados, da seguinte forma:

<sup>54</sup> BRASIL, Tribunal Superior Eleitoral. *Código Eleitoral Anotado*. Disponível em: <<http://www.justicaeleitoral.gov.br/tse/legislacao/codigo-eleitoral-annotado/codigo-eleitoral-annotado-e-legislacao-complementar-9a-edicao>>. Acesso em: 01 de fevereiro de 2011..p.339. (grifo nosso)

<sup>55</sup>BRASIL. *Lei nº 9.504 de 30 de setembro de 1997*. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/Mensagem\\_Veto/anterior\\_98/vep1090-L9504-97.pdf](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/Mensagem_Veto/anterior_98/vep1090-L9504-97.pdf). Acesso em: 10/09/2011.

<sup>56</sup>Idem

Na verdade, o objetivo do legislador, ou seja, a moralização, a legitimidade, a normalidade e a preservação do princípio da igualdade das candidaturas, poderia ser alcançado, se a redação do artigo em comento, permitisse, a princípio, **somente ao Ministério Público e à Justiça Eleitoral, o acesso aos dados em questão**. É que, para tanto, o Ministério Público Eleitoral, como fiscal da lei, bem como a Justiça Eleitoral, como órgão constitucionalmente responsável pela condução e fiscalização do processo eleitoral, não só têm a necessária isenção para neste sentido atuar, como também restaria atendido o interesse público, por um processo em que reine a lisura, a legitimidade, a moralidade, a igualdade das candidaturas, a normalidade e, por conseguinte, a manutenção e o zelo pelo Estado de Direito Democrático.<sup>57</sup>

Tal solução aponta para a adoção do princípio inquisitivo, deixando nas mãos do Ministério Público ou do Juiz a gestão da prova. Algo que faz lembrar a atuação do juiz do “do velho regime” nas palavras de Michel Foucault:

Ele constituía, sozinho e com pleno poder, uma verdade com a qual investia o acusado; e essa verdade, os juízes a recebiam pronta, sob a forma de peças e de relatórios escritos; para eles, esses documentos sozinhos comprovavam; só encontravam o acusado uma vez para interrogá-lo antes de dar a sentença.<sup>58</sup>

Do artigo 34 da Lei das Eleições restou o tipo penal descrito nos parágrafos 1º e 2º. Constitui crime não permitir ou embaraçar o acesso, aos partidos, aos dados da pesquisa, quando isto for requerido à justiça eleitoral. Esta proibição visa permitir que os legitimados tenham a possibilidade de impugnar uma pesquisa que seja objeto de fraude. Isto permite que o paragrafo 4º do artigo 33 ganhe efetividade.

O artigo 35 arrola os sujeitos passivos dos tipos penais insertos nos artigos 33, § 4º e 34, §§ 2º e 3º, sendo eles os representantes legais da empresa ou entidade de pesquisa e do órgão veiculador.

Já o artigo 35-A foi uma das várias tentativas de impedir a divulgação de pesquisas eleitorais, não por acaso foi considerado inconstitucional tanto pelo TSE, quanto pelo STF, sob o argumento fundado no direito à informação de índole constitucional. No STF a questão teve a seguinte ementa:

ADI 3741 / DF - DISTRITO FEDERAL

AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE. LEI 11.300/2006 (MINI-REFORMA ELEITORAL). ALEGADA OFENSA AO PRINCÍPIO DA

<sup>57</sup> FERREIRA, Emilce Roseane; PRAZERES, Sandra Helena dos. *Divulgação dos resultados de pesquisas eleitorais: perspectivas democráticas para minimizar eventuais induções ao voto do eleitor*. 2007. p.138-139. (grifo nosso).

<sup>58</sup> FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*. 38ª ed. Tradução de Raquel Ramallete. Editora Vozes, Petrópolis, 2010. p. 37.

ANTERIORIDADE DA LEI ELEITORAL (CF, ART. 16). INOCORRÊNCIA. MERO APERFEIÇOAMENTO DOS PROCEDIMENTOS ELEITORAIS. INEXISTÊNCIA DE ALTERAÇÃO DO PROCESSO ELEITORAL. PROIBIÇÃO DE DIVULGAÇÃO DE PESQUISAS ELEITORAIS QUINZE DIAS ANTES DO PLEITO. INCONSTITUCIONALIDADE. GARANTIA DA LIBERDADE DE EXPRESSÃO E DO DIREITO À INFORMAÇÃO LIVRE E PLURAL NO ESTADO DEMOCRÁTICO DE DIREITO. PROCEDÊNCIA PARCIAL DA AÇÃO DIRETA. I - Inocorrência de rompimento da igualdade de participação dos partidos políticos e dos respectivos candidatos no processo eleitoral. II - Legislação que não introduz deformação de modo a afetar a normalidade das eleições. III - Dispositivos que não constituem fator de perturbação do pleito. IV - Inexistência de alteração motivada por propósito casuístico. V - Inaplicabilidade do postulado da anterioridade da lei eleitoral. VI - **Direto à informação livre e plural como valor indissociável da ideia de democracia.** VII - Ação direta julgada parcialmente procedente para declarar a inconstitucionalidade do art. 35-A da Lei introduzido pela Lei 11.300/2006 na Lei 9.504/1997.<sup>59</sup>

O mesmo já havia ocorrido com o artigo 255 do Código Eleitoral no Mandado de Segurança 997 de São Paulo, relatado pelo Ministro Francisco Rezek, com a seguinte ementa:

PESQUISAS PRÉ-ELEITORAIS. DIVULGAÇÃO PELA IMPRENSA. MANDADO DE SEGURANÇA.

I. O § 12 do art. da Resolução TSE nº 14.466/88, (Instruções sobre Propaganda), por fundar-se em texto de lei formal e exprimir proibição direta aos veículos de comunicação de massa, é atacável com mandado de segurança.

II. Cerceando a liberdade de informação pura e simples, a referida norma padece de incompatibilidade com o art. 220 e § 12 da Constituição de 1988, e há de entender-se abrogado desde quando vigente a nova lei fundamental.

Mandado de segurança conhecido e provido.

Obviamente a inconstitucionalidade foi reconhecida “in casu” num controle difuso de constitucionalidade. Não há ainda uma declaração expressa de inconstitucionalidade do dispositivo pelo STF<sup>60</sup>, resulta que, a norma continua válida, porém, o TSE não vem aplicando o artigo 255 do Código Eleitoral com base no citado julgado. Isto pode ser verificado na anotação que segue o artigo 255 no Código Eleitoral publicado pelo próprio TSE<sup>61</sup>.

<sup>59</sup> BRASIL. Supremo Tribunal Federal. *ADI 3741/DF*. Disponível em <http://www.stf.jus.br/portal/inteiroteor/obterinteiroteor.asp?id=408096>. acesso em: 26 de outubro de 2011.(grifo nosso).

<sup>60</sup> O artigo 255 do Código Eleitoral tem a mesma redação do artigo 32-A da Lei das Eleições que foi declarado inconstitucional pelos mesmo motivos expendidos pelo Ministro Rezek no Mandado de Segurança 997

<sup>61</sup> BRASIL, Tribunal Superior Eleitoral. *Código Eleitoral Anotado e Legislação Complementar*. 9ª ed. <http://www.justicaeleitoral.gov.br/tse/legislacao/codigo-eleitoral-annotado/codigo-eleitoral-annotado-e-legislacao-complementar-9a-edicao>. Acessado em 03/10/2011. p. 98.

Por isto restam prejudicadas as tentativas do legislador brasileiro de estabelecer um período de reflexão para que o eleitor possa formar sua convicção sem a pressão dos números pretensamente abalizados por um procedimento científico. Ainda que, neste trabalho já se tenha dito que se trata de uma técnica de probabilidades, há os que vêm na pesquisa eleitoral um sopro de certeza. Não se pode deixar de lembrar que a mesma certeza que emana de uma pesquisa eleitoral é a que Crespo tinha ao deixar a presença da Pítia.

No entanto para o público leigo os números apresentados com margens de erro simplórias pode ensejar um grau elevado de convencimento, quem sabe, convencimento maior que o proporcionado pelas qualidades do candidato, de seu partido e de seu programa de atuação legislativa ou administrativa. Por estas razões o período de reflexão tentado pelo legislador e solicitado por doutrinadores diversos tem razão de ser. Daí se extrai a conclusão que tanto a decisão do STF, no que se refere à declaração de inconstitucionalidade do artigo 35-A da Lei das Eleições, quanto insistência do TSE de remeter ao Acórdão no Mandado de Segurança 957/SP, são decisões de ordem político ideológicas que podem levar a uma fragilização dos princípios que estruturam o direito eleitoral.

Do ponto de vista do cidadão “o direito á informação é basicamente o direito constitucional de ser informado”, como acentua a Ministra Carmen Lúcia em seu voto na ADI 3741. Repisem-se as palavras de Tocqueville acima expendidas - “é necessário reconhecer também a sua capacidade [do cidadão] de escolher entre as diferentes opiniões” <sup>62</sup>. Deve-se evitar a tentação de querer tutelar o cidadão usando-se o mesmo expediente utilizado por aquela família de um conto de Julio Cortázar, que se vê obrigada a esconder da matriarca a doença de sua irmã como já havia feito antes acerca da notícia da morte do filho em terras brasileiras. De toda a sorte, a matriarca tinha consciência de tudo o que acontecia<sup>63</sup>.

Proibir a veiculação de uma pesquisa pode vir a criar um ambiente de ilações, falsas informações, enfim, “um diz que me diz” que em nada de benéfico acrescentaria ao período de reflexão do eleitor, período este que não pode e não deve se restringir aos poucos dias que se avizinham ao momento de definir o voto. Não se cogita impor aos institutos de pesquisa proibição de levantar dados e

<sup>62</sup> TOCQUEVILLE, Alexis de. *A Democracia Americana*. 1ª ed. Coleção Folha: livros que mudaram o mundo, v.16. São Paulo, Folha de São Paulo, 2010. p. 39

<sup>63</sup> CORTAZAR, Julio. *A Saúde dos Doentes*. In *Todos os Fogos o Fogo*. Coleção Os Mestres da Literatura Comtemporânea. Record/ Altaya, Rio de Janeiro. p. 29-48

oferecer pesquisas eleitorais aos partidos e candidatos, portanto as pesquisas existiriam. Apenas o cidadão, como a matriarca de Cortázar, não teria o direito de saber daquela realidade e assim poder decidir o que fazer com aquela informação. Ser informado é direito fundamental e seu correspondente siamês é a garantia de liberdade de imprensa. Em que ponto esta garantia constitucional pode ser restringida? Pode ser da mesma forma que todas as outras garantias constitucionais são restringidas. Este é o problema a ser debatido. Cair na tentação de proibir a divulgação de uma informação é que é insuportável. O que resta é a possibilidade de restrição à divulgação das pesquisas em períodos de tomada de decisão pelo eleitor.

Este período pode ser mais ou menos elástico conforme se verifique a maior ou menor potencialidade de condução do voto do eleitor pelas pesquisas eleitorais. Citando Óscar Sánchez Muñoz, Salgado aduz que o citado autor “defende a proibição nos últimos dias da campanha e no dia da votação em face da necessidade de proteger a igualdade de oportunidades entre os candidatos”<sup>64</sup>. E ainda informa que a legislação da Espanha não permite a divulgação de pesquisas eleitorais cinco dias antes do pleito, enquanto que em Portugal este período é de sete dias, na Itália é de quinze dias e em França somente um dia<sup>65</sup>.

Eis que nas discussões que cercam o tema pesquisas eleitorais, o embate de princípios mantém uma tensão constante, levando os discursos da total aceitação à restrição sem concessões.

### 3.2. AS RESOLUÇÕES DO TSE.

No que se refere ao tema eleições a regulamentação normativa se dá tanto por leis ordinárias, quanto pelas normas expedidas pelo TSE. Esta segunda fonte de legiferação é problemática no sistema jurídico constitucional do Brasil. Acerca do tema Eneida Desiree Salgado aduz que

---

<sup>64</sup> SALGADO, Eneida Desiree. *Princípios Constitucionais estruturantes do direito Eleitoral*. 345 f. Tese (doutorado em Direito) - Programa de Pós-Graduação em Direito, Curso de Doutorado em Direito do Estado, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, Paraná, 2010. Disponível em: <http://dspace.c3sl.ufpr.br/dspace/bitstream/handle/1884/22321/?sequence=1>. Acesso em: 02 de Fevereiro de 2011. p.121

<sup>65</sup> Idem. p. 121

[...] apenas ao Parlamento é dado inovar na ordem jurídica eleitoral. As resoluções do Tribunal Superior Eleitoral, que regulamentam as regras impostas pelo legislador, são inconstitucionais. O que se tem visto, além disso, é uma extrapolação na atividade “interpretativa”, com a “revelação” de novas normas jurídicas. Isso é ainda mais inconstitucional, se for possível uma graduação da inconstitucionalidade: é usurpação de competência.<sup>66</sup>

No entanto na práxis eleitoral brasileira o que acontece é algo bem diferente, como a autora acima citada constatou da seguinte forma

As regras do jogo eleitoral, esqueleto do regime democrático, devem necessariamente se originar do Parlamento, e de um Parlamento formado a partir da representação das forças sociais. No Brasil não tem sido assim. A Justiça Eleitoral, com a conivência do Supremo Tribunal Federal ou a partir do seu impulso, inova em matéria eleitoral, a partir de uma autorreconhecida “competência normativa”.<sup>67</sup>

O resultado deste desrespeito a princípios estruturantes do Estado brasileiro tais como, o princípio da separação dos poderes, o princípio da supremacia da Constituição, entre outros, levam a um ambiente de insegurança jurídica.

As justificativas dadas para a emissão de Resoluções normativas pelo TSE estão nos artigo 1º, parágrafo único e inciso IX do artigo 23 da Lei nº 4.737/65 (in verbis)

Art. 1º - Este código contém normas destinadas a assegurar a organização e o exercício de direitos políticos precipuamente os de votar e ser votado.

Parágrafo único. O Tribunal Superior Eleitoral expedirá **instruções** para sua fiel execução.

Art. 23. Compete, ainda, privativamente, ao Tribunal Superior:

[...]

IX – expedir as **instruções** que julgar convenientes à execução deste Código. (grifo nosso)

Ainda, no artigo 61 da Lei nº 9.096/95

Art. 61. O Tribunal Superior Eleitoral expedirá **instruções** para a fiel execução desta Lei. (grifo nosso)

E por fim, artigo 105 da Lei nº 9.504/97

Art. 105. Até o dia 5 de março do ano da eleição, o Tribunal Superior Eleitoral, **atendendo ao caráter regulamentar e sem restringir direitos**

<sup>66</sup> Idem. p. 290.

<sup>67</sup> Idem. p. 285

**ou estabelecer sanções distintas das previstas nesta Lei**, poderá expedir todas as **instruções** necessárias para sua fiel execução, ouvidos, previamente, em audiência pública, os delegados ou representantes dos partidos políticos. (grifo nosso)

Em nenhum momento o legislador deu permissão ao TSE para expedir normas que criassem direitos, restringissem a liberdade, a propriedade ou qualquer atividade dos indivíduos, mas apenas instruções que na dicção do professor Oswaldo Aranha Bandeira de Mello são

... regras gerais, abstratas e impessoais, de caráter prático, baixadas por órgãos da Administração Pública aos agentes públicos ou encarregados de obras e serviços públicos, prescrevendo-lhes o modo pelo qual devem pôr em andamento seus cometimentos.<sup>68</sup>

Celso Antônio Bandeira de Melo, explica que não há que confundir Regulamento com Lei, ainda que ambos tenham a característica de ser regra geral e abstrata. Pois, promanam em procedimento absolutamente distintos. Enquanto a Lei passa por um processo legislativo, provindo de um órgão colegial, “verdadeiro cadinho onde se mesclam distintas correntes”, o regulamento é ato de uma só pessoa, que poderia ser democraticamente eleita, o governador, por exemplo, ou não, como acontece com os ministros do TSE, mesmo que lhes pesem todo o poder e as responsabilidades do Estado Democrático de Direito. Ainda assim, ao atribuir-lhes a competência de “instituir deveres de fazer ou não fazer, ficariam os cidadãos à mercê, se não da vontade pessoal do ungido no cargo, pelo menos, da perspectiva unitária, monolítica, da corrente de pensamento de que estes se fizessem porta vozes.”<sup>69</sup>

Completa Celso Antonio Bandeira de Mello:

Se o regulamento não pode criar direitos ou restrições à liberdade, propriedade e atividades dos indivíduos que já não estejam estabelecidos e restringidos na Lei, menos ainda poderão fazê-lo **instruções** portarias ou resoluções. Se o regulamento não pode ser instrumento para regulamentar matéria que, por ser legislativa, é insuscetível de delegação; menos ainda poderão fazê-los atos de estirpe inferior, quais **instruções**, portarias ou resoluções.<sup>70</sup>

<sup>68</sup>BANDEIRA DE MELLO, Oswaldo Aranha. *Princípios gerais de Direito Administrativo: Introdução*. 3. ed. São Paulo: Malheiros, 2007. p. 381-383.

<sup>69</sup>BANDEIRA DE MELLO, Celso Antônio. *Curso de Direito Administrativo*, 9ª ed. Malheiros. p. 215-223.

<sup>70</sup>Idem. p. 224(grifos nossos)

A competência para legislar é indelegável no Brasil, com as exceções das leis delegadas (artigo 59, inciso IV e 68 da CR) e das medidas provisórias (artigo 59, inciso V, da CR), decorre do princípio da separação dos poderes inspirado no pensamento de Montesquieu<sup>71</sup> e insculpido no artigo 2º da Carta Magna<sup>72</sup>. Portanto somente o poder legislativo pode criar leis e nas palavras de Oswaldo Aranha Bandeira de Mello “só a lei inova em caráter inicial na ordem jurídica”<sup>73</sup>.

Por outro lado, o poder de regulamentar previsto no artigo 84, IV da CR, é de competência privativa do Presidente da República. E o comando constitucional é claro ao subordinar o Regulamento à Lei.

A competência regulamentar, que nas palavras de Celso Antonio Bandeira de Mello trata-se de um dever e não de um poder como comumente é tratado<sup>74</sup>, não permite inovar na ordem jurídica. Menos ainda deveria ser permitido às Instruções Normativas do TSE, estas derivadas de comandos infraconstitucionais, na linha da sua conceituação dada acima pelo Professor Oswaldo Aranha Bandeira de Mello.

É desta maneira que a Professora Eneida Desiree Salgado esclarece os limites para tal atuação do TSE nos seguintes termos

A atuação do Tribunal Superior Eleitoral em matéria de resoluções, se admitida (inobstante sua inconstitucionalidade), deve se subordinar à noção de função regulamentar de maneira estrita: aquela em que não há espaço para discricionariedade qualquer, mas apenas se deve desdobrar, especificar o que a lei determina de modo genérico. Dessa forma, as resoluções eleitorais devem se restringir a esclarecer datas, competências e procedimentos para a eleição específica que será disputada, facilitando a compreensão da legislação eleitoral. Apenas isso.<sup>75</sup>

A cada eleição o TSE expede um conjunto de instruções normativas, consubstanciadas em Resoluções formatadas a partir de consultas públicas. Como já foi afirmado acima, o TSE não recebeu da Constituição da República a competência para legislar e o fato de usar do expediente das audiências públicas

<sup>71</sup> Montesquieu In BANDEIRA DE MELLO, Celso Antônio. *Curso de Direito Administrativo*, 9ª ed. Malheiros. p. 202.

<sup>72</sup> Art 2º São poderes da União, independentes e harmônicos entre si, o Legislativo, o Executivo e o Judiciário.

<sup>73</sup> BANDEIRA DE MELLO, Oswaldo Aranha. Apud BANDEIRA DE MELLO, Celso Antônio. *Curso de Direito Administrativo*, 9ª ed. Malheiros. p. 200

<sup>74</sup> BANDEIRA DE MELLO, Celso Antônio. *Curso de Direito Administrativo*, 9ª ed. Malheiros. p.208

<sup>75</sup> SALGADO, Eneida Desiree. *Princípios Constitucionais estruturantes do direito Eleitoral*. 345 f. Tese (doutorado em Direito) - Programa de Pós-Graduação em Direito, Curso de Doutorado em Direito do Estado, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, Paraná, 2010. Disponível em: <http://dspace.c3sl.ufpr.br/dspace/bitstream/handle/1884/22321/?sequence=1>. Acesso em: 02 de Fevereiro de 2011.p. 305.

não confere aos atos delas decorrentes uma característica democrática. A professora Eneida Desiree Salgado enfatiza que

A função legislativa, no entanto, com a exceção das espécies normativas previstas nos incisos IV e V do artigo 59 da Constituição – leis delegadas e medidas provisórias –, submetidas a requisitos específicos e que não prescindem da atuação efetiva do Poder Legislativo, seja por sua autorização prévia no caso da delegação legislativa, seja pela análise quando da conversão em lei das medidas provisórias, está reservada ao Poder Legislativo.<sup>76</sup>

Tomado como exemplo a Instrução 127, decorrente da Resolução nº 23190, para as eleições de 2010, verifica-se uma ampliação dos requisitos exigidos para efetuar o registro de uma pesquisa, são eles:

VIII – contrato social, estatuto social ou inscrição como empresário, que comprove o regular registro da empresa, com a qualificação completa dos responsáveis legais, razão social ou denominação, número de inscrição no CNPJ, endereço, número de fac-símile em que receberão notificações e comunicados da Justiça Eleitoral;

IX – nome do estatístico responsável pela pesquisa – e o número de seu registro no competente Conselho Regional de Estatística (Decreto nº 62.497/68, art. 11);

X – número do registro da empresa responsável pela pesquisa no Conselho Regional de Estatística, caso o tenham;

XI – indicação do Município abrangido pela pesquisa.

§ 1º Na hipótese de a pesquisa abranger mais de um Município, os registros deverão ser individualizados por Município.

§ 2º O registro de pesquisa será realizado via internet e todas as informações de que trata este artigo deverão ser digitadas no Sistema de Registro de Pesquisas Eleitorais, disponível nos sítios dos Tribunais Eleitorais, à exceção do questionário de que trata o inciso VI, o qual deverá ser anexado no formato PDF (Portable Document Format).

§ 3º A Justiça Eleitoral não se responsabiliza por quaisquer erros de digitação, de geração ou de leitura de arquivo.

§ 4º O registro de pesquisa poderá ser realizado a qualquer tempo, independentemente do horário de funcionamento do Cartório Eleitoral.

§ 5º A contagem do prazo de que cuida o caput se fará excluindo o dia de começo e incluindo o do vencimento (art. 184 do Código de Processo Civil).

§ 6º Até 24 horas contadas da divulgação do respectivo resultado, o registro da pesquisa será complementado com os dados relativos aos Municípios e bairros abrangidos pela pesquisa; na ausência de delimitação do bairro, será identificada a área em que foi realizada a pesquisa.

§ 7º O cadastramento eletrônico da documentação a que se refere o inciso VIII deste artigo, no Sistema de Registro de Pesquisas Eleitorais, dispensa a sua apresentação a cada pedido de registro de pesquisa, sendo, entretanto, obrigatória a informação de qualquer alteração superveniente.

<sup>76</sup> Idem. p.301.

§ 8º As entidades e empresas deverão informar, no ato do registro, o valor de mercado das pesquisas que realizarão por iniciativa própria.

Se o solicitante cumprir apenas o que dispõe os incisos de I a VII do artigo 33 da Lei nº 9.504/97 estará em falta, portanto para evitar isto terá que atender à Resolução mais do que à Lei.

Para o processo eleitoral o grande mal deste legiferar do TSE é que tal comportamento ataca diretamente o princípio da segurança jurídica, postulado basilar de um processo eleitoral democrático, em que a certeza das regras a serem seguidas é garantia de um pleito sem máculas. Por fim só se pode esperar um processo democrático, se as regras que o balizam também tem estirpe democrática, na sua substância e na sua gênese formal.

#### 4. O CONTROLE DAS PESQUISAS

Na campanha eleitoral de 2010 para o cargo de Governador do Estado do Paraná, a divulgação de uma pesquisa de intenção de voto foi proibida pelo TRE-PR. As reclamações que tomaram as ruas e a mídia davam conta de uma censura promovida pelo poder judiciário, atentando contra o direito à informação, consagrado constitucionalmente. Alegavam os partidários do candidato que vinha colocado em segundo lugar em pesquisas anteriores que aquela pesquisa impugnada mostraria uma virada e a vitória daquele candidato no pleito que ocorreria no final de semana seguinte. As urnas deram vitória ao outro candidato.

Muito se fala que as pesquisas tem o condão de influenciar o voto do eleitor, produzindo o fenômeno do voto útil ou do voto estratégico. No jargão eleitoral estadunidense dois fenômenos são muito analisados por estudiosos e pela mídia. Um deles é chamado de *bandwagon*, que ocorre quando o eleitor vota no candidato que esta em primeiro lugar nas pesquisas, ou naquele que a mídia diz que irá ganhar. O fenômeno contrário é o *underdog*, quando ocorre uma migração de votos ao candidato que não ocupa a liderança, dando azo as chamadas viradas eleitorais. Apesar de haver certa unanimidade quanto à influência das pesquisas na decisão do eleitor, isto ainda não restou devidamente comprovado, senão apenas teoricamente. Eleição após eleição, exemplos que confirmariam tal teoria sucedem ou convivem com exemplos que as refutam.

Se realmente as pesquisas têm influência sobre o voto do eleitor, no caso ocorrido nas eleições para governador do Paraná o Poder Judiciário poderia ter concorrido para mudar o resultado da eleição, visto que se realmente aquela pesquisa mostrava um avanço do candidato segundo colocado, este sentimento de virada poderia ser decisivo naquele pleito. Isto, porém, são apenas hipóteses, e com relação à propalada influência das pesquisas nada além disso se tem até agora. Apesar disso, seu uso como propaganda eleitoral pelos “marqueteiros” que assessoram os candidatos alimentam o debate acerca de uma necessária vigilância no que se refere a este uso midiático.

#### 4.1. JULGAR SEM DOMÍNIO TÉCNICO

Ainda assim, é preciso julgar. E julgar significa, em sábias palavras, saber que se é responsável pelo que se julga<sup>77</sup>. Ou seja, as decisões do juiz mudam a vida das pessoas, é este resultado de seu mister. Mas, neste caso, como em outros tantos, o juiz é chamado a intervir num objeto que foge de seu domínio técnico. Se este trabalho fosse dirigido à cátedra de estatística, aqui seriam apresentadas fórmulas complexas, que para o jurista escapam à sua compreensão. Algumas delas são apresentadas pelo professor Cristiano Ferraz, em sua “Crítica Metodológica às Pesquisas Eleitorais”, porém seus elementos remetem à conceitos que fugiriam ao escopo deste trabalho.

Resultado disto é que o juiz acaba refém de um expert ou um perito para traduzir-lhe o teor técnico das pesquisas, da mesma forma aconteceria se tivesse que julgar uma intervenção cirúrgica de um médico. Neste âmbito, Miguel Kfouri Neto, aconselha o magistrado a “conforme o caso – sobrepor-se aos laudos periciais, escoimando-os do ranço classista e decidir, até, contra eles”, e assim, “sopesando-se as condições anteriores do paciente, a conduta médica e a consequência danosa, estabelecer-se-á a culpa.”<sup>78</sup>

A comparação com o julgamento da conduta médica se restringe apenas à avaliação do objeto técnico, enquanto o erro médico se situa no campo normativo da culpa, os responsáveis por pesquisas eleitorais só podem ser responsabilizados por ações dolosas. O dolo é explicado pelo professor Juarez Cirino dos Santos afirmando que

[...] conforme um conceito generalizado é a vontade consciente de realizar um crime, também definível como **saber** e **querer** em relação às circunstâncias de fato do tipo legal. Assim, o dolo é composto de um elemento intelectual (consciência, no sentido de representação psíquica) e de um elemento volitivo (vontade, no sentido de decisão de agir), como fatores formadores da ação típica dolosa<sup>79</sup>.

<sup>77</sup> BRUM, Nilo Bairros de. *Requisitos Retóricos da Sentença Penal*. Editora Revista dos Tribunais, São Paulo, 1980. p. 82

<sup>78</sup> Kfouri Neto, Miguel. *Responsabilidade Civil do Médico*. 4ª ed. Editora Revista dos Tribunais, São Paulo, 2001. p. 80.

<sup>79</sup> SANTOS, Juarez Cirino dos. *Direito Penal: Parte geral*. Lumen Iuris, Curitiba, 2006. p. 132(grifado no original)

Os problemas não parecem surgir quando da prova da formação do dolo nas ações que atentem contra o parágrafo 3º do artigo 33, ou os parágrafos 2º e 3º do artigo 34, todos da Lei das Eleições. As proibições descritas não ensejam grandes esforços interpretativos. O problema está em uma zona cinzenta que paira sobre o paragrafo 3º do artigo 33 da mesma Lei. Como ficou claro no Capítulo 2, o viés pode ser um agente que pode infectar qualquer um dos elementos constituidores de uma pesquisa. Uma pequena alteração do plano amostral, um questionário com uma pergunta formulada de certa maneira, um trabalho de campo mal dirigido ou uma análise inconsistente dos dados, pode trazer um resultado muito diferente da realidade pesquisada. Como aferir nestes elementos a existência do dolo de fraude diferenciando-se este tipo penal do erro? Poder-se-ia usar a teoria do dolo eventual para resultados muito diferentes que os declarados na margem de erro? Muito provavelmente, mesmo resultados bizarros, seriam no máximo computados nos elementos normativos da imperícia ou da negligência.

No fim, a aplicação de penalidade administrativa prevista no parágrafo 3º, do artigo 33, da Lei das Eleições ou do dispositivo correspondente na Resolução 23.190, da Instrução 127 para as eleições de 2010 e que por certo (é o que prenuncia a minuta de audiência pública acerca do tema que deverá se converter em resolução do TSE), se dá apenas quando houver o desatendimento das exigências formais do caput e incisos do mesmo artigo.

O mesmo juízo formal se faz das impugnações apresentadas a qualquer dos elementos arrolados nos incisos citados. Não tanto pela dificuldade em apreciar os elementos técnicos de uma pesquisa, mas principalmente pela dificuldade de se provar o erro, tendo em vista que a única realidade que exsurge dando conta da vontade do eleitor é o contabilizado nas urnas. Ou seja, não cabe ao juiz dizer se um plano amostral é mais ou menos correto que outro, apenas lhe cabe controlar a apresentação deste plano amostral na singela forma do inciso IV, do artigo 33, da Lei nº 9504/97 e correspondentes nas instruções para as eleições exaradas pelo TSE.

## 4.2. NO ENTANTO AS PESQUISAS ERRAM

As pesquisas erram por vários motivos, um deles é intrínseco ao ramo do conhecimento que lhe fornece cabedal técnico e teórico. Conforme afirmam Ferreira e Prazeres

...como todo procedimento científico, pesquisas eleitorais, por mais bem feitas que sejam, podem errar. Elas são baseadas em princípios de probabilidade, não de certeza. Há uma determinada probabilidade de uma pesquisa encontrar resultados completamente diferentes da realidade da população. Temos também que considerar que os resultados não são números redondos, mas faixas de probabilidade.<sup>80</sup>

Esta é a razão da perplexidade de juristas, sociólogos, estatísticos e outros intelectuais preocupados com a possibilidade do desvirtuamento da vontade do eleitor. Tal virtú é elemento fundamental da participação popular através das eleições e, portanto base da democracia de qualquer Estado.

Por esta razão não faltam incursões legislativas no sentido de impor maiores limitações às pesquisas quando não, proibir sua divulgação.

Um exemplo disto foi o Projeto de Lei nº 56/2011, proposto na Assembleia Legislativa do Paraná, pelos deputados estaduais Stephanes Junior e Elio Rush. Em dois singelos artigos pretendia-se proibir a divulgação ou a publicação de qualquer pesquisa de opinião pública relativa às eleições, durante todo o período eleitoral, que seria do último dia para registro de candidatos até o final da votação no primeiro domingo de outubro. A limitação proposta tinha como limite territorial o Estado do Paraná. A proibição dirigia-se apenas ao público, mantendo-se a permissão de acesso às pesquisas pelos candidatos e partidos políticos.

Os argumentos dos deputados cingiram-se na influência que as pesquisas têm sobre o voto do eleitor que tomaria sua decisão em favor de um voto útil e que os institutos de pesquisas erram em demasia sem apresentar claramente seus métodos.

---

<sup>80</sup> FERREIRA, Emilce Roseane; PRAZERES, Sandra Helena dos. *Divulgação dos resultados de pesquisas eleitorais: perspectivas democráticas para minimizar eventuais induções ao voto do eleitor*. 196 f. Trabalho de Graduação (Especialização em Direito Eleitoral e Processual Eleitoral) Centro Universitário Claretiano, Batatais, São Paulo, 2007. Disponível em: <[http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=365&Itemid=99999999](http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=365&Itemid=99999999)>.p. 40.

Não foi surpresa o parecer contrário da Comissão de Constituição e Justiça daquela casa, assim ementado

EMENTA: PROIBIÇÃO DE DIVULGAÇÃO DE PESQUISA ELEITORAL NO ÂMBITO DO ESTADO DO PARANÁ. IMPOSSIBILIDADE. INICIATIVA PRIVATIVA DA UNIÃO LEGISLAR SOBRE MATÉRIA ELEITORAL. ART. 22, I DA CF. MATÉRIA JÁ REGULADA PELA RESOLUÇÃO N. 23.190 DO TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. INCONSTITUCIONALIDADE. NÃO APROVAÇÃO. PARECER CONTRÁRIO.<sup>81</sup>

Destino diverso vem tendo o Projeto de Lei nº 96/2011, de autoria do deputado federal Rubens Bueno. O deputado propõe penalizar criminalmente os erros de pesquisas divulgadas nos últimos cinco dias de campanha, que extrapolem a margem de erro declarada. Para isto seria imposta pena de detenção de seis meses a um ano e multa que variaria de R\$ 500.000 a R\$ 1.000.000. Para tanto se prevê critérios objetivos para configurar a fraude. Reside aí a fragilidade do projeto, mesmo tendo recebido o aval da Comissão de Constituição e Justiça da Câmara dos Deputados.

O professor Marçal Justen Filho ao analisar os tipos penais existentes na Lei nº 8.666 (Lei das Licitações) verifica que os crimes nela tipificados não admitem a forma culposa<sup>82</sup>. O mesmo acontece com a legislação eleitoral como já expandido acima. Continua o professor Marçal explicando que

... a caracterização do crime depende de que a conduta seja a exteriorização de um “elemento subjetivo” específico. Somente se pune o agente que deixou de observar a formalidade porque buscava o resultado reprovável (lesar a Administração Pública ou fraudar o princípio da isonomia). Se o agente descumpriu alguma formalidade por culpa em sentido estrito, estará sujeito à responsabilização administrativa, mas não terá cometido um crime.<sup>83</sup>

Exigindo-se o elemento subjetivo do dolo, não se poderia punir o agente, restando também prejudicado o concurso de pessoas previsto no projeto do deputado Bueno.

O Projeto de Lei nº 56/2011 do legislativo paranaense teve o destino de quase todos os outros projetos apresentados em nível estadual e federal acerca do tema restrição à divulgação e publicação dos resultados de pesquisas esbarrando

<sup>81</sup> ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PARANÁ. Comissão de Constituição e Justiça. *Parecer ao Projeto de Lei 056/2011*. Curitiba, 2011

<sup>82</sup> JUSTEN FILHO, Marçal. *Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos*. 14ª ed. Dialética, São Paulo, 2010. p. 900.

<sup>83</sup> Idem. p. 900

em óbices constitucionais, principalmente o direito à informação, já consagrado pelo STF e pelo TSE quando declararam a inconstitucionalidade do artigo 35-A da Lei das Eleições e 255 do Código Eleitoral<sup>84</sup>. Já o Projeto de Lei nº 96/2011 tendo ultrapassado o filtro da Comissão de Constituição e Justiça da Câmara dos Deputados, se for aprovado pelas duas casas do Congresso Nacional e não sofrer veto presidencial, por certo terá dificuldades em ganhar efetividade, tendo em vista, a flagrante afronta ao Direito Penal.

Por tais razões um controle das pesquisas eleitorais teria maior chance de efetivar-se caso a opção fosse por um sancionamento civil ou administrativo.

Daí a dificuldade de impor limites à confecção e divulgação de pesquisas eleitorais. Acerca disto, a professora Eneida Desiree Salgado demonstra que a legislação brasileira passou de um período de protecionismo em relação ao tema a uma liberalidade informada pelo direito constitucional à informação. Devendo-se ressaltar que tal orientação possui um cunho político visivelmente demarcado.<sup>85</sup>

Por outro lado, partindo da necessidade de haver uma orientação democrática aos limites impostos aos diferentes agentes que atuam numa corrida eleitoral é que Emilce e Parazeres justificam que

[...] não havendo condições de se comprovar que não há indução do voto pela divulgação do resultado de pesquisas eleitorais, é razoável considerar que o risco existe e que, portanto, deve ser evitado.

In casu, o que se pretende é agir preventivamente, antes que a democracia seja minada. Até porque, uma vez que o voto do eleitor seja eventualmente induzido, por ocasião da realização das eleições, não haverá mais nenhum meio de remediar a situação<sup>86</sup>.

<sup>84</sup> Ac.-STF, de 6.9.2006, na ADIn no 3.741: declara inconstitucional este artigo. Este dispositivo foi considerado inconstitucional também pelo TSE, conforme decisão administrativa de 23.5.2006 (ata da 57ª sessão, DJ de 30.5.2006). CE/65, art. 255, de teor semelhante. Ac.-TSE no 10.305/88: incompatibilidade, com a Constituição Federal, da norma que proíbe divulgação de resultados de pesquisas eleitorais. BRASIL, Tribunal Superior Eleitoral. Código Eleitoral Anotado. Disponível em: < <http://www.justicaeleitoral.gov.br/tse/legislacao/codigo-eleitoral-annotado/codigo-eleitoral-annotado-e-legislacao-complementar-9a-edicao>>

<sup>85</sup>SALGADO, Eneida Desiree. *Princípios Constitucionais estruturantes do direito Eleitoral*. 345 f. Tese (doutorado em Direito) - Programa de Pós-Graduação em Direito, Curso de Doutorado em Direito do Estado, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, Paraná, 2010. Disponível em: <http://dspace.c3sl.ufpr.br/dspace/bitstream/handle/1884/22321/?sequence=1>. Acesso em: 02 de Fevereiro de 2011.. p. 120-121.

<sup>86</sup>FERREIRA, Emilce Roseane; PRAZERES, Sandra Helena dos. *Divulgação dos resultados de pesquisas eleitorais: perspectivas democráticas para minimizar eventuais induções ao voto do eleitor*. 196 f. Trabalho de Graduação (Especialização em Direito Eleitoral e Processual Eleitoral) Centro Universitário Claretiano, Batatais, São Paulo, 2007. Disponível em: <[http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=365&Itemid=99999999](http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=365&Itemid=99999999)>..p. 116.

Ainda asseveram que se não há como provar a influência das pesquisas na decisão de voto do eleitor também não há como provar o contrário<sup>87</sup>. Tendo em vista que o objeto a ser protegido é o Estado Democrático de Direito que tem como um de seus pilares de sustentação a participação popular vivificada na “vontade geral” construída por Rousseau<sup>88</sup>. Pode-se afirmar, portanto, que é perfeitamente adequado que o ônus de provar a não existência de desvirtuamento desta vontade recaia sobre os responsáveis pelas pesquisas, seja pela sua confecção, seja pela sua divulgação.

De outro lado Alberto Carlos de Almeida nos da conta dos posicionamentos éticos dos diferentes atores no processo eleitoral frente às pesquisas, assim, para os políticos há dois posicionamentos possíveis, se a pesquisa mostra uma queda de preferência, o político tende a não aceitar tal notícia e com isto ataca as pesquisas, os institutos para mascarar uma mudança em curso. Se a notícia é boa para sua campanha, mesmo que os dados sejam inconsistentes, a interpretação será sempre no sentido de supervalorizar cada décimo percentual ganho, em qualquer dos casos a realidade insculpida na vontade do eleitor fica em segundo plano. Para os jornalistas somente um comportamento das pesquisas interessa, é a mudança. Uma campanha eleitoral sem mudanças é uma campanha sem notícias, por isso, a pesquisa eleitoral só é notícia se revela mudanças, mesmo que eles estejam dentro da margem de erro e, portanto, não configurem mudança real. Já os coordenadores de pesquisas são avessos às mudanças, ainda que desejem que suas pesquisas sejam notícia, acontece que mudanças, principalmente as mais bruscas, podem revelar ou que as pesquisas já realizadas tiveram erros, ou que o erro está na pesquisa atual, e este é o maior medo do coordenador de pesquisas. Da tensão entre estes “ethos” surgem polêmicas e acusações, criando um ambiente instável para as pesquisas, super ou subvalorizando-as.<sup>89</sup>

---

<sup>87</sup> FERREIRA, Emilce Roseane; PRAZERES, Sandra Helena dos. *Divulgação dos resultados de pesquisas eleitorais: perspectivas democráticas para minimizar eventuais induções ao voto do eleitor*. 196 f. Trabalho de Graduação (Especialização em Direito Eleitoral e Processual Eleitoral) Centro Universitário Claretiano, Batatais, São Paulo, 2007. Disponível em: <[http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=365&Itemid=99999999](http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=365&Itemid=99999999)>..p. 116.

<sup>88</sup> ROUSSEAU, Jean-Jacques. *Do Contrato Social ou Princípios do Direito Político*. São Paulo, SP, Hemus Editora. Rousseau relaciona a vontade geral ao sufrágio e a define nas seguintes palavras: “ A vontade constante de todos os membros do estado é a vontade geral: é por ela que são cidadãos e livres. p. 115

<sup>89</sup> ALMEIDA, Alberto Carlos. *Como são feitas as pesquisas eleitorais e de opinião*. Rio de Janeiro, RJ, Editora FGV, 2002. p. 19-25

Já o professor Cristiano Ferraz baseado em estudo realizado a partir dos resultados de pesquisas para as eleições de 1986, realizado pelo professor Jorge de Souza aponta para uma quantidade de erros estatísticos das pesquisas muito além do aceitável. As pesquisas foram realizadas pelo IBOPE, e seus erros são assim resumidos:

Ao todo foram vinte e três pesquisas referentes a vinte e três estados. De pronto, observa-se que em Minas Gerais e Rio Grande do Norte, o IBOPE errou o nome do candidato vencedor. No Pará, dois erros graves: inverteu a ordem dos candidatos derrotados e superestimou em 8 pontos percentuais a percentagem de votos do candidato eleito.

Das vinte e três pesquisas realizadas, em dezesseis delas, há, pelo menos, uma estimativa fora da margem de erro de 3%, usualmente admitida pelos próprios institutos. Em outras palavras, o IBOPE errou em mais da metade de seus levantamentos. Para se ter ideia do **absurdo**, basta lembrar que se fosse utilizada uma amostra probabilística com nível de confiança 95% e a mesma margem de erro considerada, o esperado seria que, em apenas uma das pesquisas, houvesse estimativas distantes mais de três pontos percentuais para mais, ou para menos, do resultado oficial.<sup>90</sup>

Em outro caso pode-se apontar a possibilidade de os números das pesquisas terem alterado toda a campanha eleitoral, criando um ambiente de disputa deslocado da realidade.

Nas eleições de 2002 para o cargo de Senador do Estado do Paraná, duas vagas estavam em disputa. Uma das vagas parecia definida para a reeleição de Osmar Dias. Porém a briga pela segunda vaga tornou-se, a cada dia de campanha, mais e mais encarniçada. Os candidatos eram o ex governador do Paraná Paulo Pimentel e o ex deputado Tony Garcia. Pimentel manteve o segundo lugar nas pesquisas de intenção de voto durante toda a campanha, seguido de perto por Tony Garcia. O frenesi causado pelos números era potencializado pelos ataques e denúncias veiculados nos vários meios de propaganda utilizados pelos candidatos. Às vésperas do pleito as pesquisas mostravam o seguinte

---

<sup>90</sup>FERRAZ, Cristiano. *Crítica Metodológica às Pesquisas Eleitorais no Brasil*. 82 f. Dissertação (Mestrado em Estatística) – Instituto de matemática, estatística e Ciências da Computação, Universidade Estadual de Campinas. Campinas, São Paulo, 1996 Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/zeus/auth.php?back=http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000105739&go=x&code=x&unit=x>> p. 52-53.

TABELA 2 - PESQUISA ESTIMULADA DO INSTITUTO IBOPE PARA O CARGO DE SENADOR DA REPÚBLICA PELO ESTADO DO PARANÁ EM 2002.

Data da pesquisa	Osmar Dias (PDT)	Paulo Pimentel (PMDB)	Tony Garcia (PPB)	Pizzatto (PFL)	Flávio Arns (PT)	Nely Almeida (PSC)	Branco/Nulo	Não sabe/não opinou
23-25/set/02	38	22	17	13	13	2	7	19
14-16/set/02	39	24	21	11	9	3	1	16
25-27/ago/02	29	24	17	6	3	2	4	30
2-5/ago/02	35	24	22	7	2	2	3	26

<http://www1.uol.com.br/fernandorodrigues/arquivos/pesquisas/eleicoes2002/pr/senador.shl>.  
(modificado e grifado pelo autor)

Já o resultado divulgado pelo Tribunal Regional do Paraná foi bem diferente

TABELA 3 - RESULTADO OFICIAL PARA O CARGO DE SENADOR DO PARANÁ EM 2002

Cargo	Partido	Candidato	Votos Nominais	Situação	%/Válidos
Senador	PDT	<b>OSMAR FERNANDES DIAS</b>	<b>2.776.368</b>	<b>Eleito</b>	<b>30,061</b>
Senador	PT	<b>FLÁVIO JOSÉ ARNS</b>	<b>1.995.730</b>	<b>Eleito</b>	<b>21,608</b>
Senador	PMDB	<b>PAULO CRUZ PIMENTEL</b>	<b>1.091.822</b>	<b>Não eleito</b>	<b>11,821</b>
Senador	PT	EDÉSIO FRANCO PASSOS	958.962	Não eleito	10,383
Senador	PFL	LUCIANO PIZZATTO	899.998	Não eleito	9,745
<b>Senador</b>	<b>PPB</b>	<b>ANTONIO CELSO GARCIA</b>	<b>666.227</b>	<b>Não eleito</b>	<b>7,213</b>
Senador	PSDB	NITIS JACON DE ARAUJO MOREIRA	648.828	Não eleito	7,025

Fonte:<http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-anteriores/eleicoes-2002/resultado-da-eleicao-2002>.  
(modificado e grifado pelo autor)

A diferença do que foi apurado na pesquisa de 25/10/2002 com o resultado das urnas é absurdo. Se partirmos da premissa de que as pesquisas apuraram com correção a vontade do eleitor<sup>91</sup>, houve aqui uma manifestação bastante clara de repúdio ao baixo nível daquela campanha. Considerando isto, a opção por Arns pode ter sido por uma política mais limpa. Em um mundo melhor esta seria uma demonstração inequívoca de que o cidadão brasileiro não é tão destituído de

<sup>91</sup> A única desculpa para que esta premissa seja correta é acreditar que o eleitor mudou sua intenção naquele período de 11 dias antes da eleição.

capacidade de interferir na política da sociedade em que ele participa. Isto, porém, é tema para outra investigação.

Porém, há a possibilidade, com grau de concretude apreciável, de que o apurado pelas pesquisas eleitorais não correspondia à realidade. Ainda mais se levando em conta o apurado em pesquisa de boca de urna, cujos números são estes:

Domingo, 6 de outubro de 2002, 19h07

Boca-de-urna Ibope PR traz Dias e Arns para o Senado

O instituto Ibope divulgou os resultados da pesquisa de boca-de-urna para o Senado do Paraná. Osmar Dias (PDT) teve os votos de 43% dos entrevistados. **Flávio Arns (PT) aparece em 2º com 29%, enquanto Paulo Pimental (PMDB) tem 20%**. Luciano Pizzato (PFL) ficou com 15%, Tony Garcia (PPB) 14%, Edésio Passos (PT) 13%, Nitis Jacon (PSDB) 10% e Nely Almeida (PSC) 1%. Foram consultadas 5 mil pessoas em 24 municípios. A margem de erro é de dois pontos percentuais para mais ou para menos.<sup>92</sup>

Tendo-se em conta que numa pesquisa de boca de urna a amostra de entrevistados compõe-se de pessoas que decidiram qual seria seu voto, não é admissível o desrespeito flagrante e desmesurado à margem de erro que se verificou. Os erros foram de 13 pontos percentuais a mais para o candidato em primeiro lugar, 8 para o segundo colocado e 9 para o terceiro, aproximadamente. No mais houve inversão na colocação de alguns candidatos. Caso fosse uma eleição mais acirrada, provavelmente, o instituto em questão, não acertaria nem mesmo os eleitos.

Se for permitido ser otimista, o que se pode extrair de positivo desta barafunda estatística é que o eleitor não se deixou levar pelos números e elegeu um candidato que pelas pesquisas mostrou-se inviável em quase todo o período de campanha.

---

<sup>92</sup> PORTAL TERRA. Eleições 2002. Notícias Terra. *Boca-de-urna Ibope PR traz Dias e Arns para o Senado*. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/eleicoes/interna/0,,O158079-EI337,00-Bocadeurna+Ibope+PR+traz+Dias+e+Arns+para+o+Senado.html>>. Acessado em 04 de outubro de 2011.

## 5. CONCLUSÃO

As pesquisas eleitorais são um objeto técnico que a cada período eleitoral assumem um papel de protagonistas entre os elementos usados para o convencimento do eleitor. Ainda não se sabe com certeza que tipo de ingerência as pesquisas eleitorais produzem na definição do voto. Porém, tendo em vista o seu uso propagandista em estratégias de marketing elaboradas pelos profissionais contratados por candidatos e partidos, deve-se supor que exista potencialidade de condução do voto do eleitor quando da divulgação dos números das pesquisas.

Esta é a razão pela qual existe certo controle normativo da pesquisas eleitorais no atual ordenamento. Porém, tendo em vista, a potencial lesividade que se encerra na divulgação de pesquisas haverá sempre a necessidade de aperfeiçoamento deste ordenamento para propiciar uma tutela mais efetiva da vontade livre do eleitor.

A atuação legislativa neste teor têm sido de qualidade discutível, visto que, não logram ultrapassar o filtro das Comissões de Constituição e Justiça das diversas casas legislativas da federação. Quando alcançam o estatuto de Lei tem sua validade colocada à prova, não passando pelo controle de constitucionalidade difuso ou concentrado.

Aos doutrinadores cabe ainda a tarefa de dar concretude ao dano que pode advir de uma pesquisa eleitoral. Também é necessário estabelecer o que significa o período de reflexão para que este não se confunda com período de proibição.

Quanto ao Poder Judiciário, cabe permitir que a sociedade tenha um papel mais atuante no controle dos diversos instrumentos usados para o convencimento do eleitor. Sem retirar do cidadão a responsabilidade de zelar por um processo eleitoral democrático, deve o Poder Judiciário pavimentar o caminho para uma participação da sociedade civil organizada. Disto decorre que o poder de estado depositado nas mãos do juiz deve ser usado para propiciar um debate republicano e democrático de maior densidade quanto ao objeto deste estudo.

Enfim, as pesquisas não são o único instrumento dos postulantes a um cargo público para convencer o eleitor de que merecem ser depositários de sua confiança. É um elemento importante, até mesmo para permitir uma participação mais qualificada, nas estratégias possíveis no campo político. Sua mística oracular é

engodo que não deve ser propulsor das ações não democráticas e que atentem contra o princípio republicano de uma sociedade. Deve ser denunciado para que os números apresentados sejam assentados em seu devido lugar. Qual seja o de informar à sociedade civil qual é a composição da sociedade política naquele momento eleitoral.

Também, sua força de mudança da realidade é relativa, não deve ser superestimada, sob pena de mascarar o baixo nível dos debates e das propostas que exurgem de uma campanha eleitoral. Não há que culpar as pesquisas pelas escolhas, boas ou más, do eleitor. Mesmo que seja um elemento, não se mostrou capaz de ser o principal, quem dirá o único elemento definidor daquilo que surge das urnas.

Mas, apesar disto, tendo em vista que as pesquisas eleitorais atendem precipuamente aos fins privados de candidatos, institutos e veículos de mídia, cabendo-lhes a prova da não existência de dano à autenticidade do voto e por muitas vezes, por conterem erros acima do razoável é que se justifica, não somente manter o controle existente sobre as pesquisas eleitorais, mas aperfeiçoá-lo.

## BIBLIOGRAFIA

**ALMEIDA**, Alberto Carlos. **Como são feitas as pesquisas eleitorais e de opinião**. Rio de Janeiro, RJ, Editora FGV, 2002.

**ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PARANÁ**. Comissão de Constituição e Justiça. **Parecer ao Projeto de Lei 056/2011**. Curitiba, 2011.

**BANDEIRA DE MELLO**, Celso Antônio. **Curso de Direito Administrativo**, 9ª ed. Malheiros.

**BANDEIRA DE MELLO**, Oswaldo Aranha. **Princípios gerais de Direito Administrativo: Introdução**. 3. ed. São Paulo: Malheiros, 2007.

**BRANDÃO**, Junito de Souza. **Dicionário Mítico-etimológico da Mitologia Grega**. Petrópolis: Vozes, 1991.

**BRASIL**. **Lei nº 9.504 de 30 de setembro de 1997**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/Mensagem\\_Veto/anterior\\_98/vep1090-L9504-97.pdf](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/Mensagem_Veto/anterior_98/vep1090-L9504-97.pdf). Acesso em: 10/09/2011.

\_\_\_\_\_. Tribunal Superior Eleitoral. **Código Eleitoral Anotado e Legislação Complementar**. 9ª ed. <http://www.justicaeleitoral.gov.br/tse/legislacao/codigo-eleitoral-annotado/codigo-eleitoral-annotado-e-legislacao-complementar-9a-edicao>. Acessado em 03/10/2011.

\_\_\_\_\_. Tribunal Superior Eleitoral. **Minuta de instrução de pesquisa versão audiência pública eleições 2012**. Disponível em: <http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-2012/arquivos/minuta-de-instrucao-de-pesquisa-versao-audiencia-publica-eleicoes-2012>. Acessado em: 07 de agosto de 2011.

\_\_\_\_\_. Tribunal Superior Eleitoral. *Reclamação 357, Classe 202, Minas Gerais*. Disponível em: < <http://www.tse.jus.br/sadJudInteiroTeor/pesquisa/Inteiro%20Teor>>. Acesso em: 03 de maio de 2011.

\_\_\_\_\_. Tribunal Superior Eleitoral. *Agravo de instrumento 4654/MG*. Relator Ministro Fernando Neves. Disponível em < <http://www.tse.jus.br/sadJudInteiroTeor/pesquisa/Inteiro%20Teor>>. Acesso em 03 de maio de 2011.

**BRUM**, Nilo Bairros de. **Requisitos Retóricos da Sentença Penal**. Editora Revista dos Tribunais, São Paulo, 1980.

**COUTINHO**, Jacinto Nelson de Miranda. **Introdução aos Princípios Gerais do Processo Penal Brasileiro**. In: Revista da Faculdade de Direito da UFPR. Curitiba, ano 30, nº 30. UFPR, Curitiba, 1998. p. 163-198.

**FERRAZ**, Cristiano. **Crítica Metodológica às Pesquisas Eleitorais no Brasil**. 82 f. Dissertação (Mestrado em Estatística) – Instituto de matemática, estatística e

Ciências da Computação, Universidade Estadual de Campinas. Campinas, São Paulo, 1996 Disponível em: < <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/zeus/auth.php?back=http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=000105739&go=x&code=x&unit=x>>

**FERREIRA**, Emilce Roseane. **PRAZERES**, Sandra Helena dos. **Divulgação dos resultados de pesquisas eleitorais: perspectivas democráticas para minimizar eventuais induções ao voto do eleitor.** 196 f. Trabalho de Graduação (Especialização em Direito Eleitoral e Processual Eleitoral) - Centro Universitário Claretiano. Batatais, São Paulo, 2007. Disponível em: [http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=365&Itemid=99999999](http://www.direitoacomunicacao.org.br/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=365&Itemid=99999999)

**FOUCAULT**, Michel. **Vigiar e Punir.** 38ª ed. Tradução de Raquel Ramalhete. Editora Vozes, Petrópolis, 2010

**JORNAL DA GLOBO.** **Ibope divulga pesquisa eleitoral.** Globo.com, 01 de Junho de 2006. Disponível em <http://g1.globo.com/jornaldaglobo/0,,MUL889971-16021,00-IBOPE+DIVULGA+PESQUISA+ELEITORAL.html> Acesso em: 16 de dezembro de 2010.

**JUSTEN FILHO**, Marçal. **Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos.** 14ª ed. Dialética, São Paulo, 2010

**KFOURI Neto**, Miguel. **Responsabilidade Civil do Médico.** 4ª ed. Editora Revista dos Tribunais, São Paulo, 2001.

**Portal Terra.** Eleições 2002. -Noticias Terra. **Boca-de-urna PR traz Dias e Arns Para o Senado.** Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/eleicoes/interna/0,,O158079-EI337,00-Bocadeurna+Ibope+PR+traz+Dias+e+Arns+para+o+Senado.html>>. Acessado em 04 de outubro de 2011

**ROUSSEAU**, Jean-Jacques. **Do Contrato Social ou Princípios do Direito Político.** São Paulo, SP, Hemus Editora.

**SALGADO**, Eneida Desiree. **Princípios Constitucionais estruturantes do direito Eleitoral.** 345 f. Tese (doutorado em Direito) - Programa de Pós-Graduação em Direito, Curso de Doutorado em Direito do Estado, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, Paraná, 2010.

\_\_\_\_\_, **Tijolo por Tijolo num Desenho Quase Lógico.** 237 f. Dissertação (Mestrado em Direito do Estado) – Pós Graduação em Direito, Setor de Ciências Jurídicas, Universidade Federal do Paraná. Curitiba

**SANTOS**, Juarez Cirino dos. **Direito Penal: Parte geral.** Lumen Iuris, Curitiba, 2006.

**SARTRE**, Jean Paul. **A Náusea.** Coleção Mestres da Literatura Contemporânea. Editora Nova Fronteira/Altaya. Rio de Janeiro.

**TOCQUEVILLE**, Alexis de. **A Democracia Americana.** 1ª ed. Coleção Folha: livros que mudaram o mundo, v.16. São Paulo, SP, Folha de São Paulo, 2010.

**TOFFOLI**, José Antonio Dias. **Breves considerações sobre a Fraude ao Direito eleitoral.** in revista brasileira de Direito eleitoral – RBDE, ano 1, nº 1, jul/dez 2009. Ed. Fórum, 2009. p. 45-61

**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**, Biblioteca Virtual de direitos Humanos. Disponível em: <<http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/Documentos-antiores-%C3%A0-cria%C3%A7%C3%A3o-da-Sociedade-das-Na%C3%A7%C3%B5es-at%C3%A9-1919/declaracao-de-direitos-do-homem-e-do-cidadao-1789.html>>. Acesso em 04/10/2011.

**VOLKER**, Camila Bylaardt. **As Palavras do Oráculo de Delfos: Um estudo sobre o De Pythiae Oraculis de Plutarco.** Dissertação (Pós graduação em Letras) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Minas Gerais, 2007 < [http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/1843/ECAP-6ZFG54/1/microsoft\\_word\\_\\_camila\\_bylaardt\\_volker.pdf](http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/1843/ECAP-6ZFG54/1/microsoft_word__camila_bylaardt_volker.pdf) >. Acessado em 14 de Dezembro de 2010.