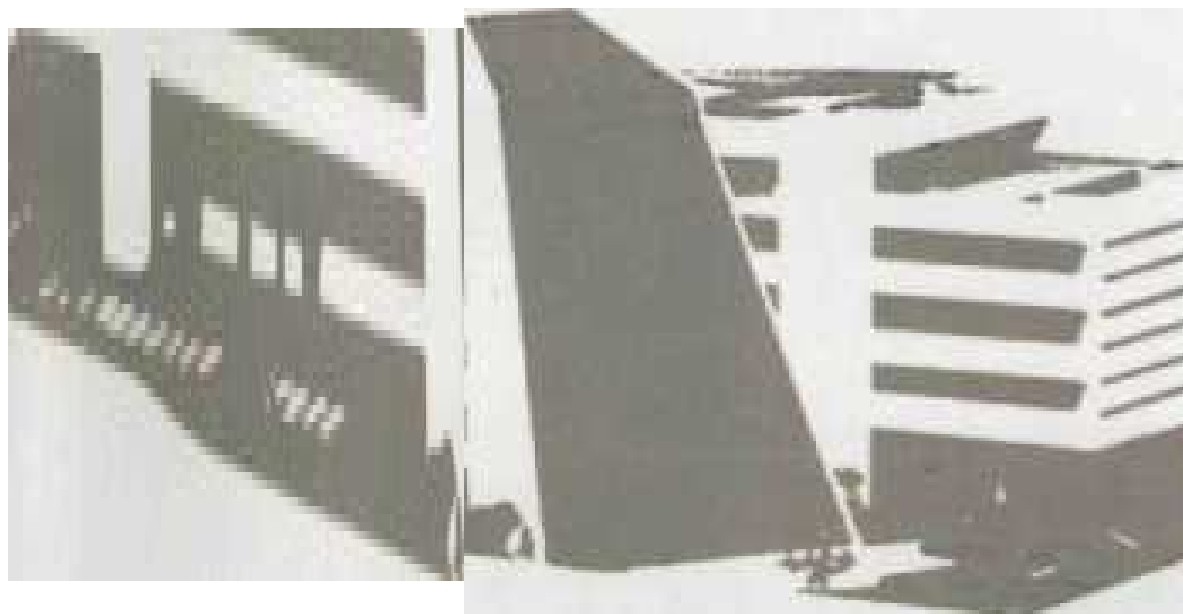


REVISTA DO

TRE

DF



Brasília, ano 1, n. 1, mar. 2000

As PESQUISAS DE INTENÇÕES DE VOTO E A LEGITIMIDADE DAS ELEIÇÕES¹Des. José Jeronymo Bezerra de Souza²

A Constituição de 1988 assegura que a soberania popular será exercida pelo sufrágio universal e pelo voto direto e secreto" (**caput**, art. 14) manifestado por meio de eleições, nas quais se assegure a normalidade e a legitimidade, "contra a influência do poder econômico ou abuso do exercício de função, cargo ou emprego na administração direta ou indireta" (§ 9º, art. citado), garantindo-se "o interesse público de lisura e leitoral" (art. 23 da Lei Complementar nº 64/90).

Esses dispositivos constitucionais que tutelam os direitos políticos fundamentais do cidadão convivem no Texto Constitucional com dispositivo que assegura "a liberdade de expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença" (IX, art. 5º).

Por outro lado, a Carta Magna dispõe no artigo 220 que

"A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição observado o disposto nesta Constituição: § 1º Nenhuma Lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no artigo 5º. IV, V, X, XIII, e XIV."

Como esses dispositivos constitucionais não são conflitantes, mas harmônicos, há de se interpretá-los de tal maneira que os direitos políticos fundamentais do cidadão não sejam violados pela aplicação, sem quaisquer limites, das normas dos arts. 5º, IX, e 220 da Constituição; vale dizer, a lei pode estabelecer limites a essas liberdades asseguradas na Constituição para garantir o pleno exercício dos direitos políticos também nela garantidos.

Tanto isso é verdade que, não obstante esses dispositivos da Constituição, lei infra-constitucional (Lei nº 8.713/93) fixa uma série de limites à propaganda eleitoral (artigos 59 a 80).

A propósito do lema, leciona o **Ministro Torquato Jardim** em

"A Propaganda Eleitoral", artigo publicado no Jornal de Brasília, de 23.9.94, página 2. **verbis**:

"A Constituição de 1988, laborando contra um passado recente de restrições, concebeu um sistema formidável de liberdades. Tornou livre a expressão da atividade intelectual e de comunicação, independentemente de censura ou licença. Tornou irrestrita a manifestação do pensamento e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, observadas ressalvas postas na própria Constituição. Vedou à lei criar embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observadas outras garantias constitucionais. Para espantar quaisquer dúvidas e garantir o desemprego dos maus juristas, vedou toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística."

Como, então, compreender, dentro desse regime constitucional, os limites da propaganda eleitoral postos na lei? Note-os bem, são limites, não são restrições.

Não é difícil. Basta emparelhar o sistema de liberdade de expressão e o sistema de liberdades políticas, ambos sob a égide da democracia representativa. Em outras palavras, nenhum dos dois sistemas é absoluto ou um fim em si. São em verdade, partes harmônicas de um mesmo regime, e, como tais, convivem sem dificuldades para o fim maior de conferir substância ao estado democrático de direito.

É a Constituição mesma, e só ela poderia fazê-lo, que tutela o sistema de liberdades políticas mediante este comando fundamental: o voto direto e secreto, imune à influência do poder econômico ou ao abuso do exercício de função, cargo ou emprego na administração direta ou indireta. Sem isso, não se protegerá a normalidade e a legitimidade das eleições, nem se assegurará o interesse público de lisura do pleito eleitoral.

Levando-se em consideração que, da análise desses dispositivos constitucionais, resalta a preocupação maior do legislador com a *normalidade*, a *legitimidade* e a *lisura* das eleições, é correio afirmar-se que não afronta o "sistema formidável de liberdades" assegurado pela Constituição a imposição, por lei, de *limites à divulgação*, pela mídia, de resultados de prévias, testes ou pesquisas eleitorais.

A imposição legal de *limites* à divulgação dessas pesquisas é altamente recomendável porque, dentre outros motivos,

a) evita o induzimento do voto do eleitor indeciso no candidato melhor situado nas pesquisas;

b) impede que o poder econômico, por meio do expediente da divulgação sucessiva de pesquisas ou testes pré-eleitorais, induza, sugestione ou direcione arditosamente a vontade do eleitor a votar em determinados candidatos ou partidos; e

c) garante maior lisura ao processo eleitoral, evitando que os partidos e os candidatos se desinteressem prematuramente pelas eleições, desmobilizando o aparato de fiscalização (se a eleição está perdida, como dizem as pesquisas, por que vão perder tempo, energia e dinheiro em fiscalizá-las?).

Note-se que existe, inclusive, forte questionamento a respeito da confiabilidade dessas pesquisas, a partir da fragilidade científica de seus métodos de trabalho.

A propósito, o Jornal do Brasil, de 11 de outubro de 1994 na página 4, publicou o seguinte:

"Votos brancos e nulos driblar pesquisas - Diretor do Vox Populi acha que institutos devem reavaliar metodologias para prever com mais precisão a escolha do eleitor: os números dos institutos de pesquisa tropeçaram nas urnas de Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Sergipe, São Paulo, Maranhão, Bahia e Distrito Federal, onde estava garantida, durante toda a campanha, a vitória do candidato majoritário já no primeiro turno. O resultado oficial adiou a decisão para uma nova rodada no dia 15 de novembro. O Diretor-Presidente do Vox Populi, Marcos Coimbra, acredita que os institutos deverão reavaliar suas metodologias para que possam ser previstos os votos nulos e em branco.

Para ele, o alto percentual de brancos e nulos não apontados pelas pesquisas em Minas, por exemplo, nem mesmo na boca-de-urna, demonstra que a amostragem utilizada pelos pesquisadores pode estar equivocada, já que, por exemplo, não levam em consideração os que se recusam a dar entrevista e que, muitas vezes, tendem a votar justamente branco ou nulo. Além disso, Coimbra acredita que terá que ser repensado também qual o resultado,

entre o espontâneo (o entrevistado diz o nome de seu candidato) ou estimulado (o pesquisador apresenta a cartela com os nomes) que deve ser privilegiado."

Registre-se que o eminente parlamentar paulista **José Serra**, eleito Senador pelo Estado de São Paulo, com a maior votação local e nacional, em trabalho publicado na Folha de São Paulo, de 18.10.94, página 1 -2, sob o título de "Pesquisismo", denuncia a distorção do processo eleitoral pelo abuso das pesquisas eleitorais, **verbis**:

"As pesquisas de intenção de voto se transformaram numa nova mania nacional. No fim-de-semana, o Tribunal Superior Eleitoral ainda não havia divulgado oficialmente os resultados nacionais do primeiro turno. Partidos e candidatos ainda se envolviam em avaliações e entendimentos para traçar a linha das campanhas governadoras nos Estados onde haverá segundo turno. Mas a mídia já divulgava as sondagens iniciais das novas disputas.

Não há dúvida de que as pesquisas de opinião, tanto as quantitativas quanto as qualitativas, se transformaram num instrumento indispensável para o planejamento de campanhas eleitorais modernas. No entanto, por mais fiéis que sejam, fornecem apenas um retrato momentâneo das opiniões e das escolhas do eleitorado.

É trivial lembrar que as inclinações dos eleitores podem alterar-se com o andamento das campanhas. Não foi o que aconteceu numa parcela expressiva de casos no primeiro turno? A maioria do eleitorado, além disso, pode permanecer equivocada até o último momento, ou por falta de informação sobre os candidatos e suas propostas, ou por um julgamento errado de valor.

As sondagens de intenção de voto, mesmo as realizadas na boca-de-urna, não podem, portanto, substituir a eleição, nem a escolha final e intransferível do eleitor. Mas justamente por isso os meios de comunicação não deveriam - como hoje fazem - transformar a divulgação das pesquisas no item principal de suas pautas de campanha.

Isto, aliás, estimula a que o eleitor caia na armadilha de substituir seu direito de informar-se sobre os candidatos, e seu dever de avaliá-los, por uma espécie de jogo de adivinhações para

descobrir o candidato que tende a ganhar e que, simplesmente por isso, receberia seu voto. Tal uso distorcido das pesquisas desvirtua o processo eleitoral."

De tudo o que foi dito, pode-se concluir que:

1º) a *normalidade*, a *legalidade* e a *lisura* das eleições exigem que se imponham limites à divulgação de prévias, testes ou pesquisas eleitorais pela mídia;

2º) a im posição desses *limites*, por intermédio de lei, não afronta o sistema de liberdade assegurado na Constituição.

Indaga-se, então, onde estão fixados esses *limites* se, a propósito, silencia a Lei nº 8.713/93, que regula as presentes eleições?

A resposta é que estão no artigo 255 do Código Eleitoral, Lei nº 4.737/65, que dispõe: "Nos quinze dias anteriores ao pleito é proibida a divulgação, por qualquer forma, de resultados de prévias ou testes pré-eleitorais".

Proposição apresentada em reunião de avaliação das Eleições de 1994, realizada com os Juizes Eleitorais do Distrito Federal

2 – Vice-Presidente e Corregedor Regional Eleitoral do Distrito Federal no biênio 94-96.