

PROJETO DE LEI Nº , DE 2018

(Do Sr. GIOVANI CHERINI)

Altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, para proibir a divulgação de pesquisas eleitorais.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, para proibir a divulgação de pesquisas eleitorais.

Art. 2º Ficam revogados os arts. 33, 34 e 35 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997.

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Na véspera de realização do primeiro turno das eleições para o Governo do Estado do Rio de Janeiro, o candidato Wilson Witzel aparecia com aproximadamente 12% e 17% das intenções de votos válidos, segundo levantamentos de Ibope e Datafolha, respectivamente. Ao final do dia 7 de outubro, isto é, após a apuração do primeiro turno, Witzel surpreendeu e amealhou 41% dos votos válidos.

De igual modo, em Minas Gerais, dizia o Datafolha que o candidato ao Governo do Estado Senador Anastasia liderava a pesquisa para a chefia do Executivo mineiro com 40% das intenções de voto. Após a apuração no primeiro turno, Romeu Zema surpreendeu a todos e apareceu em primeiro lugar com 42, 73% e o então líder das pesquisas amealhou a segunda posição com apenas 29,06% dos votos válidos – bem distante dos 40% divulgados na pesquisa de véspera.

Ambos os exemplos servem para demonstrar uma disparidade absurdamente inaceitável entre o que divulgado pelos dois maiores institutos de pesquisas do país e o resultado real das urnas. **Para eliminar, de uma vez por todas, essas discrepâncias que impactam negativamente na higidez do prélio eleitoral, encaminhamos o presente Projeto de Lei, cujo propósito precípua consiste em proibir a divulgação de pesquisas eleitorais.**

De fato, esse descompasso não se verificou apenas na eleição para as chefias do Executivo fluminense e mineira. Ela também ocorreu na eleição para o Senado no Estado do Rio de Janeiro, no pleito presidencial e em diversas outras unidades da federação. O Congresso Nacional não pode transigir com tamanha irresponsabilidade por parte dos institutos de pesquisas, porque, no limite, a divulgação de pesquisas diametralmente descoladas do resultado das urnas impacta negativamente na qualidade do voto dos cidadãos.

É inquestionável que esse descolamento da realidade vem comprometendo severamente a higidez do processo eleitoral. Os critérios, métodos e amostras dessas pesquisas não estão se revelando capazes de espelhar, mesmo que minimamente, a vontade do eleitorado.

Aliás, a condução das perguntas pelos entrevistados também é problemática e pode induzir o eleitor a oferecer respostas que efetivamente não refletirão a sua vontade nas urnas.

Os erros estão muito acima das margens de erro toleradas pelos próprios institutos de pesquisa.

Importante registrar, ainda, que a veiculação das pesquisas eleitorais influencia o eleitorado, traduzindo naquilo que se convencionou chamar de *voto útil*. Ilustrativamente, imaginemos um pleito majoritário, no qual determinado candidato aparece subindo nas pesquisas com fortes chances de ir para o segundo turno. É possível que, diante da divulgação desse resultado parcial (supondo que seja verdadeiro!!!), os cidadãos que o rejeitem optem por votar ou no candidato líder das pesquisas ou em outro candidato que possa superá-lo em eventual corrida para o segundo turno. Esse expediente existe e é diretamente impactado pela divulgação da pesquisa.

E diversos especialistas da área de estatística comunga de nossas preocupações. Em entrevista à Revista Época, o estatístico José Ferreira de Carvalho, professor aposentado da Unicamp e livre-docente pela Universidade de São Paulo, propugna pela extinção da divulgação de pesquisas eleitorais. Segundo ele, *“a amostragem por cotas, largamente usada em pesquisas de mercado, não deveria ser considerada alternativa válida”*, bem como sustenta que o conceito de margem de erro, como aplicado hoje pelos institutos, vale para pesquisas probabilísticas, feitas com base em amostras aleatórias, e não para aquelas de amostragem construída¹.

Tais contingências põem em xeque a credibilidade e a confiabilidade desses institutos de pesquisas eleitorais perante os cidadãos, os quais, não raro, os qualificam como *mentirosos, manipulados, comprados*.

Diante das razões ora expostas, e ciosos de que estamos aperfeiçoando nossas instituições democráticas, contamos com o apoio dos nossos Pares para aprovação da medida ora proposta.

Sala das Sessões, em de de 2018.

Deputado GIOVANI CHERINI

2018-10327

¹ Disponível em <https://epoca.globo.com/tempo/eleicoes/noticia/2014/10/por-que-bpesquisas-eleitoraisb-se-distanciam-tanto-da-realidade.html>. Acessado em 19 de outubro de 2018.