

PROJETO DE LEI N° ____/2016

Altera a Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, que estabelece normas para as eleições, incluindo o inciso VIII ao Art. 33, que trata das pesquisas e destes pré-Eleitorais.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º O art. 33 da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, (Lei que Estabelece normas para as eleições – Das Pesquisas e Testes Pré-Eleitorais), passam a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 33.

VIII. As entidades e empresas que realizarem *pesquisas de opinião pública* relativas às eleições ou aos candidatos, para conhecimento público, só poderão ser divulgadas até 10 (dez) dias antes da realização da eleição, cuja omissão enseja sanção prevista do § 3º deste artigo

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

JUSTIFICATIVA

As pesquisas eleitorais sempre foram tema de polêmica desde que começaram a ser realizadas pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística - IBOPE em 1945. Desta época em diante, as pesquisas de intenção de voto passaram a ser comuns nas eleições brasileiras. Muitos institutos surgiram e as técnicas e métodos que são utilizados foram se aperfeiçoando. Mas, sempre que o Brasil passa por um novo processo eleitoral, as mesmas polêmicas envolvendo as pesquisas voltam à mídia, com discussões da confiabilidade e credibilidade ou não das pesquisas.

Qual o melhor tamanho da amostra em uma população infinita - eleitorado brasileiro? A resposta mais coerente, em função da análise estatística, se a amostra for grande é dispendiosa e demanda muito tempo de estudo-pesquisa e mensuração dos dados; se a amostra for pequena é menos precisa e pouco confiável. O tamanho da amostra depende do grau de confiança desejado, da margem de erro pretendida e do desvio padrão que está correlacionado diretamente com a margem de erro.

A inferência estatística - fazer afirmações sobre características de uma população baseando-se nos resultados de uma amostra - deve considerar a variável qualitativa e quantitativa conduzida na população - eleitorado brasileiro apto a votar - para se extrair uma amostra considerável para realização da análise da estatística descritiva, em função da probabilidade de um evento - atributo ou estrato - ocorrer e que possa ou não resultar em erro.

Os parâmetros da população que devem ser adotados: a média, a variância, o desvio padrão, o erro padrão, nível de confiança, intervalo de confiança, a margem de erro, entre outros, para conduzi-los a inferência e a metodologia de amostragem com análise da estimativa, destes parâmetros em relação à amostra considerada e pesquisada. A amostra, no caso do eleitorado brasileiro de 142.822.046 deveria, no mínimo, variar de 0,01% a 0,02% da população, assim, no mínimo, deveriam pesquisar de 14.282 a 28.564 eleitores aptos a exercer o direito de voto e considerando que em algumas situações o poder econômico e de mídia correlacionados a candidatos muitas das vezes se utilizam de pesquisar não confiáveis para induzir eleitores em vésperas de eleições, em uma total deslealdade aos adversários candidatos, que são prejudicados no pleito pela INDUÇÃO.

Motivos pela qual a proposta se preside aos princípios da moralidade, impessoalidade, constitucionalmente constituídos estabelecer o prazo de que até 10 (dez) dias antes da eleição fica proibido divulgação de pesquisa por qualquer meio de comunicação de massa, tais como: Rádio, TV, jornal escrito.....

A pergunta a ser feita ao eleitor tem que ser espontânea e isenta, sem direcionar ou influenciá-lo para uma resposta de tendência ao interesse margeante do instituto de pesquisa, do contratante, do pesquisador ou da opção política de um destes. Pois, qualquer trabalho estatístico desta espécie está sujeito por ser inter-relacionadas à margem de erro e ao grau de confiabilidade.

Com os resultados das pesquisas eleitorais durante o período das campanhas político-eleitorais, certos candidatos - aqueles que são divulgados à frente nas pesquisas de intenções de voto - utilizam estes dados - resultados - para tentar influenciar e se beneficiar da decisão do voto do eleitor.

Neste trabalho procuramos dar uma ideia dos problemas enfrentados pelos Institutos de Pesquisas de Opinião Pública, que podem surgir durante a realização de uma pesquisa de intenção de voto, mostrando-se os possíveis erros internos e externos que poderão acontecer em relação ao tamanho da amostra escolhida.

Os defensores da ideia de que as pesquisas sejam proibidas, argumentam que a divulgação das pesquisas tem uma forte influência nos resultados finais da eleição. Não resta dúvida que deverá existir um controle mais rigoroso por

parte do órgão judiciário competente para verificar a confiabilidade dos resultados apurados nas pesquisas, antes de permitir à sua divulgação e publicação pela imprensa - mídia.

Neste sentido, solicito o apoio dos nobres pares para a aprovação da presente proposta.

Brasília,de dezembro de 2016.

**Deputado Cleber Verde
PRB/MA**