



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL DA REPÚBLICA DA 4ª REGIÃO

**EXCELENTÍSSIMO(A) SENHOR(A) JUIZ(A) ELEITORAL RELATOR(A),
EGRÉGIO TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO RIO GRANDE DO SUL**

Recurso Eleitoral n.º 356-07.2016.6.21.0045

Procedência: SANTO ÂNGELO-RS (45ª ZONA ELEITORAL – SANTO ÂNGELO)

Assunto: RECURSO ELEITORAL - REPRESENTAÇÃO - PESQUISA ELEITORAL - DIVULGAÇÃO DE PESQUISA ELEITORAL SEM PRÉVIO REGISTRO - PROPAGANDA POLÍTICA - PROPAGANDA ELEITORAL - RÁDIO - PEDIDO DE APLICAÇÃO DE MULTA - PEDIDO DE SUSPENSÃO DE DIVULGAÇÃO - PROCEDENTE

Recorrente: RÁDIO CIDADE S/A

Recorrido(a): COLIGAÇÃO PMDB - PR

Relatora: DR. SILVIO RONALDO SANTOS DE MORAES

PARECER

RECURSO ELEITORAL. PESQUISA ELEITORAL. A pesquisa de consumo interno não precisa de registro; no entanto, não pode ser divulgada. **Parecer pelo desprovemento do recurso.**

I – RELATÓRIO

Os autos veiculam recurso eleitoral interposto pela RÁDIO CIDADE S/A em face da sentença (fls.20-21) que julgou procedente a representação proposta pela COLIGAÇÃO PMDB - PR para condená-la à multa prevista no art. 33, §3º, da Lei das Eleições no valor de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), sem prejuízo da imediata retirada da matéria jornalística objeto da presente representação do sítio virtual onde publicada.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL DA REPÚBLICA DA 4ª REGIÃO

Em suas razões (fls. 23-26), a recorrente alega que o colunista da coluna Fatos e Fotos não divulgou pesquisa, apenas teceu comentários sobre os bastidores da eleição, exercendo sua liberdade de expressão, sem intenção alguma de influenciar na opinião do eleitorado, pois sequer mencionou os nomes dos candidatos.

Com contrarrazões (fls. 30-35), os autos foram remetidos ao TRE/RS; após, abriu-se vista à PRE/RS (fl. 37). É o relatório.

II – FUNDAMENTAÇÃO

II.I – Tempestividade

O recurso interposto é tempestivo. A sentença foi afixada em Mural Eletrônico no dia 17/09/2016 (fl. 22), tendo sido interposto o recurso no dia 18/09/2016 (fl. 23), dentro do prazo de 24 horas previsto no art. 35 da Resolução TSE nº 23.462/2015. Portanto, deve ser conhecido.

II.II – Mérito

A COLIGAÇÃO PMDB-PR ajuizou representação por pesquisa eleitoral não registrada em face de RÁDIO CIDADE SA e de JAIRO FERREIRA PEREIRA, requerendo a apresentação em juízo das informações sobre a pesquisa realizada, nos termos do art. 33 da Lei nº 9.504/97, sob pena de aplicação das penalidades ali previstas.

Entendeu o juízo de primeiro grau que o representado, no chamamento que fez ao eleitor no seu sítio virtual, ao afirmar textualmente a existência de pesquisa (definindo-a como de consumo interno) e apresentar percentuais, sem o devido esclarecimento de que não se tratava de pesquisa eleitoral e/ou mera sondagem ou enquete, levou o eleitorado a crer que três candidatos que concorrem à chefia do executivo municipal encontram-se empatados tecnicamente, situação que, inexoravelmente, provoca indução no inconsciente do eleitor.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL DA REPÚBLICA DA 4ª REGIÃO

A divulgação impugnada continha o seguinte teor (fl. 6):

Pesquisas já mostram tendência do eleitorado
Mesmo com índice alto de eleitores indecisos, as chamadas pesquisas de consumo interno já demonstram a tendência do eleitorado em Santo Ângelo, isso de acordo com que visualiza tais números.
Até o momento, e com informações checadas junto aos partidos, constata-se que o candidato A já estaria com 31,1% sobre os demais concorrentes. Por sua vez, o candidato B teria 26% e o candidato C 23%, sendo que tecnicamente ambos estariam no empate, enquanto o D estaria com 6%.
E, o interessante que nas três pesquisas de consumo interno os números são quase os mesmos com pequenas alterações.
A mais recente, e que se tem conhecimento foi entregue na sexta-feira (09) às lideranças partidárias.
Já indecisos no momento seria em 30%. Isso ficaria em torno de 14mil votos. Como faltam poucos dias para as eleições, a corrida na próxima semana deve ser frenética na cidade.

Como se vê, ainda que sem fazer referência aos nomes dos candidatos à eleição majoritária, o texto refere expressamente a palavra “pesquisas” e fala sobre a “tendência do eleitorado”, apontando empate técnico entre o segundo e o terceiro colocados na disputa e uma pequena margem de vantagem do primeiro colocado, sugerindo que os votos dos indecisos, cerca de 30% do eleitorado, definiriam a eleição. Ainda que não haja referência expressa aos nomes dos três primeiros candidatos colocados na disputa, tal inferência é fácil aos eleitores do município, certamente sabedores, a essa altura da campanha eleitoral, quem são os candidatos com maiores chances de vencer as eleições. Ademais, a referência a percentuais exatos faz presumir a existência de critério científico para o levantamento, típico das pesquisas eleitorais.

Sabe-se que as pesquisas constituem importante ferramenta destinada a influenciar os eleitores que, muitas vezes, sentem-se desestimulados em votar naqueles candidatos cujas pesquisas não apontem como favoritos a ganharem a disputa.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL DA REPÚBLICA DA 4ª REGIÃO

Assim, correto o juízo de primeiro grau ao entender que a divulgação, da forma como veiculada – em coluna do site da RÁDIO CIDADE –, tem potencialidade de influir na vontade do eleitorado, pois faz presumir que os dados ali expostos provêm de fonte fidedigna.

Ademais, de salientar que a publicação refere tratarem-se de dados provenientes de pesquisas de consumo interno, as quais, como o próprio nome revela, não podem ser divulgadas.

Para Oliver Coneglian¹, a pesquisa eleitoral pode apresentar duas finalidades, sendo uma para uso interno e outra para divulgação:

“(…)A pesquisa pode ser de uso interno, ou seja, para uso de cada partido ou de cada pessoa ou organismo que a mandou realizar, não se destinando à divulgação. É a pesquisa para dar à pessoa ou organismo uma diretriz, uma informação, e para comandar ou estabelecer estratégias de marketing político. Esse tipo de pesquisa é livre, não necessita de registro, não interessa à Justiça Eleitoral. Por outro lado, não pode ser divulgada.”.

Também é vedada, no período eleitoral, a realização de enquetes ou sondagens, entendidas como pesquisas de opinião pública que não obedeçam os critérios estipulados para a realização de pesquisas destinadas à divulgação.

Nesse sentido o artigo 33, § 5º da Lei nº 9.504/97:

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:

§ 5º É vedada, no período de campanha eleitoral, a realização de enquetes relacionadas ao processo eleitoral.

¹ CONEGLIAN, Olivar Augusto Robert. Propaganda eleitoral: de acordo com o Código Eleitoral e com a Lei 9.504/97, modificada pelas Leis 9.840/99, 10.408/02, 10.740/03, 11.300/06 e 12.034/09. Curitiba: Juruá, 2010. 10ª edição. P. 217.



MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA REGIONAL DA REPÚBLICA DA 4ª REGIÃO

Na mesma esteira, o artigo 23 da Resolução TSE nº 23.453 determinam:

Art. 23. É vedada, no período de campanha eleitoral, a realização de enquetes relacionadas ao processo eleitoral.
Parágrafo único. Entende-se por enquete ou sondagem a pesquisa de opinião pública que não obedeça às disposições legais e às determinações previstas nesta resolução

Assim, tendo em vista que o texto impugnado veicula pesquisa não realizada de acordo com os ditames legais, e que não é permitido, no período eleitoral, a divulgação de pesquisas de consumo interno e de enquetes ou sondagens, deve ser mantida a sentença.

III – CONCLUSÃO

Ante o exposto, opina o Ministério Público Eleitoral pelo desprovemento do recurso eleitoral.

Porto Alegre, 28 de setembro de 2016.

Marcelo Beckhausen
PROCURADOR REGIONAL ELEITORAL

C:\conversor\tmpl5naelo1e7pi29lo3b17s74150323437641013160928230055.odt