



08/09/10 18:30
Seção de Editoração e Publicações

JUSTIÇA ELEITORAL
TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DO TOCANTINS

Supl. de Apoio Jurídico
Tribunal Regional Eleitoral do Tocantins
Código 1311/2010

REPRESENTAÇÃO nº 1311-21.2010.6.27.0000

Procedência : Palmas – TO
Representante : COLIGAÇÃO UNIÃO PARA A VITÓRIA
Advogados : Dr. Juvenal Klayber Coelho e outros
Representado : COLIGAÇÃO FORÇA DO POVO
CARLOS HENRIQUE AMORIM
Advogados : Dr. Sérgio Rodrigo do Vale e outro
Relator : Juiz Federal JOSÉ GODINHO FILHO

I - RELATÓRIO

Trata de **REPRESENTAÇÃO**, com pedido de liminar, por suposta divulgação de pesquisa sem observância das normas legais, formulada pela **COLIGAÇÃO UNIÃO PARA A VITÓRIA** em face da **COLIGAÇÃO FORÇA DO POVO** e **CARLOS HENRIQUE AMORIM**, com fundamento na Lei nº 9.504/97.

Narra o representante que *“tomou conhecimento que os representados estão veiculando propaganda eleitoral irregular através de inserções, em horário eleitoral gratuito na TV Anhanguera, do dia 26/08/10, entre as 10h: 30 min e às 15h: 30 min, em afronta ao disposto no art. 14 da Res. TSE 23.190/09 c/c art. 48 da Res. TSE 23.191/09.”*

Aduz que os representados *“utilizaram o horário eleitoral gratuito para divulgarem suposto resultado de pesquisa eleitoral, sem, no entanto, atender os requisitos exigidos pela legislação regente.”*

A pesquisa impugnada tem o seguinte teor:

*“Pesquisa IBOPE/TV Anhanguera confirma. Gaguim tem 43% da preferência do eleitor, contra 37 do outro candidato. A diferença já é de seis pontos percentuais. É Gaguim disparado na frente, junto com o povo, rumo à vitória! O povo já sabe e a pesquisa comprova. É Gaguim governador! Com Lula e Dilma, para o Tocantins Seguir em frente!
**PARA GOVERNADOR, VOTE 15.
VOTE CARLOS GAGUIM.**”*

Afirma que a legislação exige que os *“dados referentes ao período de realização e a margem de erro sejam informados com clareza e de forma entendível ao eleitor.”* Prossegue argumentado que *“os representados tentam ludibriar essa Justiça Especializada, utilizando-se de meios artificiosos para maquiar um ato ilícito com aparência de legalidade, informando os dados de forma totalmente ilegível e obscura, impossibilitando que o eleitor possa ter acesso aos dados informados.”*

Cita legislação e jurisprudência que entende amparar sua pretensão.

Por fim, requer *“a procedência da presente representação, reconhecendo a*

prática de veiculação de propaganda eleitoral irregular divulgada em horário eleitoral gratuito em emissoras de televisão, no qual apresenta suposto resultado de pesquisa eleitoral de intenção de voto, sem, contudo, informar, com clareza, o período de sua realização e a margem de erro, em afronta ao disposto no art. 14 da Res. TSE 23.190/09 c/c art. 48 da Res. TSE 23.191/09, ensejando a aplicação da multa prevista no art. 17 c/c 18 da Res. TSE 23.190/09, em seu grau máximo, dado o alcance da propaganda eleitoral irregular junto ao eleitorado tocantinense e a configuração do dolo em induzir o eleitor a erro, caracterizando a divulgação de pesquisa possivelmente fraudulenta, advertindo-os sob as penas da lei, em caso de não cumprimento da decisão."

Com a inicial vieram o DVD e degravação de fls. 11.

A liminar foi deferida para *"determinar que os representados se abstenham de divulgar a pesquisa veiculada no dia 26.08.2010, às 10:52 horas, nos moldes em que feita, proibindo-os ainda de produzir e divulgar novas propagandas com divulgação de pesquisas nos mesmos moldes em que ora impugnada"*, fls. 16/18.

As redes de televisão foram notificadas, conforme documentos de fls. 21/54.

Devidamente notificados¹, a **COLIGAÇÃO FORÇA DO POVO e CARLOS HERINQUE AMORIM (GAGUIM)** compareceram aos autos (fls. 56/61²), alegando que a propaganda questionada atende a preceito legal, além de repercutir pesquisa já publicada pelo Jornal do Tocantins e em inúmeros outros meios de comunicação.

Sem citar fonte, como fundamentação (fls. 58/60), copia parte de decisão deste Juiz nas Representações nº 1312-06, 1320-80, 1324-20 e 1270-54.

Assevera que no material divulgado "poderá ser verificado que não há acréscimos que conttenham inverdade, a pesquisa foi devidamente publicada pelos meios de comunicação (...) e mesmo que não sendo necessário (...), os Representados informaram as exigências apontadas na legislação eleitoral, conforme visualizado no canto superior da propaganda, assim, tão somente reproduziu com a linguagem própria do marketing a matéria veiculada no Jornal do Tocantins/TV Anhanguera, contratante da pesquisa".

Cita jurisprudência que entende amparar seus argumentos, para, ao final requer *"seja julgada totalmente improcedente a presente Representação, afastando a aplicação de qualquer tipo de sanção, principalmente as referidas no art. 17 e 18 da Resolução nº 23.190/10/TSE, vez que trata-se (sic) de matéria de cunho jornalístico"*.

O Ministério Público Eleitoral (fls. 70/72) pugnou pela procedência parcial da representação, com a confirmação da decisão liminar, mas pela inaplicação da multa prevista no § 3º do art. 33 da Lei nº 9.504/97.

II – FUNDAMENTAÇÃO

Presentes os pressupostos processuais e as condições da ação, não havendo preliminares a serem enfrentadas, passo a análise do mérito.

¹ Em 31 de agosto de 2010, às 16:20 horas.

² Em 02 de setembro de 2010, às 11:36 horas.

Em épocas de eleições, começam a aparecer um grande número de pesquisas, especialmente, em situações onde há a polarização do voto, como no caso de nosso Estado. De acordo com Adriano Soares da Costa, as "pesquisas eleitorais têm sua estática e sua dinâmica. Se de um lado se propõem a apresentar a preferência amostral dos eleitores, em um dado período, por um certo candidato, como se fosse a fotografia de uma situação atual e concreta, de outra banda tem as pesquisas uma importante força persuasiva sobre os eleitores, influenciando sua preferência. Funcionam, desse modo, como um fato político inquestionável, servindo de combustível para determinadas campanhas, bem como destruindo ou arrefecendo os ânimos de outras candidaturas".

Prossegue o mestre alagoano, afirmando que é "justamente essa dinâmica das pesquisas eleitorais, cuja força pode conculcar a escolha livre e democrática dos candidatos pelos eleitores, que cada vez mais tem chamado a atenção do legislador para os cuidados necessários com os excessos e abusos de alguns institutos, os quais mais da vez fabricam resultados fictícios, de maneira a vitaminar alguma campanha ou emascular uma outra".

A par disso, as pesquisas eleitorais divulgadas pela mídia tornaram-se verdadeiras fontes de inspiração para o eleitorado, estimulando os cidadãos a votarem preferencialmente no candidato mais bem colocado nas pesquisas de intenção de voto, nas quais está embutido psicologicamente o chamado "voto útil" (SOUZA, 1998³).

Assim, as constantes denúncias da perversa manipulação das pesquisas eleitorais nos países em desenvolvimento, permitem afastar, com honrosas exceções, a possibilidade de que uma oposição inicialmente majoritária nas intenções de pesquisa alcance o poder pela via democrática. No entanto, a ausência da ação indutora das pesquisas eleitorais, permitiria que a preferência dos eleitores fosse por meio de suas fidedignas decisões próprias, adotadas com base no plano de proposições do candidato (MIGUEL, 2000⁴).

Com os olhos voltados para essas premissas, o Tribunal Superior Eleitoral vem, insistentemente, tentando coibir abusos nos registros de pesquisas eleitorais, bem como em suas divulgações. Não é outra a razão de ser das regras contidas no art. 14 da Resolução nº 23.190/09 e art. 48 da Resolução nº 23.191/09.

Por ocasião da análise do pedido liminar situei a matéria da seguinte maneira:

A hipótese vertente consiste na divulgação irregular de resultado de pesquisa eleitoral durante o horário eleitoral gratuito, sem menção clara e precisa ao período de realização da pesquisa e sua margem de erro.

A matéria está tratada no art. 14 da Resolução nº 23.190/09 e art. 48 da Resolução nº 23.191/09, verbis:

Resolução nº 23.190/09:

Art. 14. Na divulgação de pesquisas no horário eleitoral

³ SOUZA, Sânzia Maria de. (1998) Primeiros passos para a elaboração de um modelo psicossociológico do comportamento eleitoral: estudo dos eleitores de João Pessoa na campanha de 1992. *Estudos de Psicologia (Natal)*, 3(1):7-32, (janeiro).

⁴ MIGUEL, Luis Felipe. (2000). Mito e discurso político: uma análise a partir da campanha eleitoral brasileira de 1994. São Paulo, Editora Unicamp.

gratuito devem ser informados, com clareza, o período de sua realização e a margem de erro, não sendo obrigatória a menção aos concorrentes, desde que o modo de apresentação dos resultados não induza o eleitor a erro quanto ao desempenho do candidato em relação aos demais.

Resolução nº 23.191/90:

Art. 48. Na divulgação de pesquisas no horário eleitoral gratuito devem ser informados, com clareza, o período de sua realização e a margem de erro, não sendo obrigatória a menção aos concorrentes, desde que o modo de apresentação dos resultados não induza o eleitor em erro quanto ao desempenho do candidato em relação aos demais."

É pertinente extrair dos textos acima que a norma tem nítido conteúdo de proteção ao eleitor (cidadão). A informação tem que ser clara e idônea, pois, só assim, o público, que tem direito de ter noção da real abrangência dos números da pesquisa divulgada, estará recebendo informações condignas e passíveis de serem comparadas e criticadas. Não atendidas essa premissas, o princípio da igualdade nas eleições não estará sendo respeitado, devendo a Justiça Eleitoral atuar, para fazer cessar a irregularidade.

A representante afirma que a legislação exige que os "dados referentes ao período de realização e a margem de erro sejam informados com clareza e de forma entendível ao eleitor" e que "os representados tentam ludibriar essa Justiça Especializada, utilizando-se de meios artificiosos para maquiagem um ato ilícito com aparência de legalidade, informando os dados de forma totalmente ilegível e obscura, impossibilitando que o eleitor possa ter acesso aos dados informados."

Ao meu sentir, a pesquisa divulgada até tentou atender o que dispõe a norma. Entretanto, não se sabe se por malícia, má-fé ou outra circunstância, na forma em que divulgada, com letras muito pequenas (desproporcional mesmo ao que se vê das legendas), não é possível ao cidadão/eleitor ter conhecimento do período em que a mesma foi feita, bem como sua margem de erro, o que, absolutamente, é intolerável.

Demonstrado, portanto, em juízo de cognição sumária, que a coligação representada descumpriu as determinações legais para divulgação de pesquisa eleitoral, presente a fumaça do bom direito."

Mantenho o mesmo entendimento.

O argumento da representada de que "(...), os Representados informaram as exigências apontadas na legislação eleitoral, conforme visualizado no canto superior da propaganda, (...)", mesmo não sendo necessário, não se sustenta. A regra é cristalina. Todos quanto queiram divulgar pesquisas no horário eleitoral gratuito, devem informar, com clareza, o período de sua realização e a margem de erro. Portanto, o período da realização da pesquisa e sua margem de erro devem ser informados com clareza.

Clareza, segundo o dicionário Aurélio é aquilo que é claro, inteligível, nítido, límpido, transparente, bem perceptível etc. No caso dos autos, longe está a propaganda de atender ao comando legal. O telespectador para conseguir ler as legendas,

precisa fixar apenas na parte superior do monitor, esquecendo o conteúdo da propaganda, não sendo esse, a toda evidência, o objetivo da norma. A norma tem por fito permitir que o eleitor, a um simples olhar, consiga saber o período da pesquisa e sua margem de erro, para com isso, poder fazer sua avaliação.

No caso, repita-se, a representada não atendeu ao comando legal, razão por que deve ser advertida a não mais incorrer nessa desconformidade.

No que tange a não aplicação da multa prevista no § 3º do art. 33 da Lei nº 9.504/97, com razão o representante do Ministério Público. Com efeito, a multa prevista neste dispositivo é direcionada apenas a divulgação de propaganda eleitoral não registrada. Não sendo esse, o caso dos autos.

Entretanto, a Justiça Eleitoral não pode ficar a mercê de repetições de situações idênticas. A par disso, mister recorrer ao que vem decidindo o Tribunal Superior Eleitoral sobre a aplicação do art. 242 do Código Eleitoral e § 2º do art. 6º da Lei nº 9.504/97, ou seja, *"na propaganda eleitoral gratuita, na hipótese de inobservância do que prescreve este dispositivo e o correspondente do Código Eleitoral, deve o julgador advertir – à falta de norma sancionadora – o autor da conduta ilícita, sob pena de crime de desobediência"*.

III - DECISÃO

Ante o exposto, acolhendo parecer ministerial, **JULGO PARCILAMENTE PROCEDENTE A REPRESENTAÇÃO**, para, confirmando a **LIMINAR**, determinar que a **COLIGAÇÃO FORÇA DO POVO** e **CARLOS HENRIQUE AMORIM** se abstenham de divulgar a pesquisa veiculada no dia 26.08.2010, às 10:52 horas, nos moldes em que feita, proibindo-os ainda de produzir e divulgar novas propagandas com resultados de pesquisas nos mesmos moldes da que ora impugnada, pois, a divulgação de pesquisas no horário eleitoral gratuito a sua disposição deverá se dar com observância do que dispõe o art. 14 da Resolução nº 23.190/09 e o art. 48 da Resolução nº 23.191/09.

Lado outro, com vistas a dar efetividade ao que decidido por esta Especializada, advirto os representados, **sob pena de desobediência por parte do representante da COLIGAÇÃO FORÇA DO POVO**, que se abstenham de divulgar pesquisas eleitorais, no horário eleitoral gratuito, sem observância do que dispõe o art. 14 da Resolução nº 23.190/09 e o art. 48 da Resolução nº 23.191/09.

Sem custas e sem verba honorária.

Publique-se. Intimem-se. Cumpra-se

Palmas/TO, 08 de setembro de 2010.

Juiz Federal **JOSÉ GODINHO FILHO**
Relator