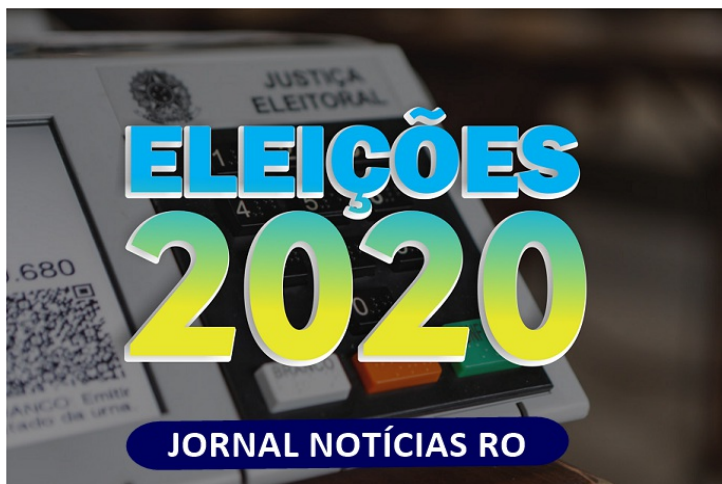


09/11/2020 18:10 - Empresas de pesquisa de opinião alertam para fraude eleitoral



A Operação Leão de Neméia, do Ministério Público do Estado de Goiás (MPE-GO), investiga fraude nas pesquisas eleitorais. Na última quinta-feira (5), a Polícia Civil de Goiás cumpriu quatro mandados de busca e apreensão em Goiânia e na cidade vizinha Aparecida de Goiânia contra empresa que “produziu e divulgou 349 pesquisas suspeitas em 191 dos 246 municípios goianos”, segundo nota do MPE-GO.

De acordo com a Operação Leão de Neméia, a empresa cometeu crimes em campanhas eleitorais municipais, e os responsáveis, além de pagar multa, poderão ser presos por seis meses a um ano. As eleições ocorrem no próximo domingo (15) em 5.568 municípios.

“As fraudes consistem em produzir pesquisas que não refletem a realidade das intenções de voto dos eleitores, com

desobediência dos requisitos exigidos na legislação eleitoral, em bairros inexistentes e com oferta criminosa de manipulação de dados em favor de candidatos”, descreve a nota do Ministério Público de Goiás.

A iniciativa do MPE-GO atendeu ofício circular do Ministério Público Federal, que anexava planilha elaborada pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (Abep), com lista de nomes e endereços de empresas que informavam ter realizado pesquisas eleitorais com recursos próprios no ano de 2020.

Segundo a planilha, essas empresas registraram quase 1.300 pesquisas na Justiça Eleitoral até a terceira semana de agosto, valor total até R\$ 27 milhões. Sete de cada dez pesquisas registradas teriam sido custeadas com recursos das próprias empresas.

De acordo com a Abep, o número de pesquisas autofinanciadas segue aumentando em todo o país. Até o dia 1º de novembro, das 7.334 pesquisas registradas, 4.741 indicavam ter financiamento próprio (64%).

Foi a proporção inédita de pesquisas com recursos próprios que chamou atenção da associação de empresas de pesquisa de opinião.

“Causou estranheza para nós. As empresas de pesquisas são empresas que vivem de prestar serviço e cobrar por isso. Elas não dispõem de recursos próprios para fazer milhares de pesquisas em centenas de municípios com recursos próprios”, relata à Agência Brasil João Francisco Meira, presidente do Conselho de Opinião Pública da Abep.

A advogada Ana Raquel Gomes e Pereira, especializada em direito eleitoral, também questiona a prática da pesquisa autofinanciada.

“Qual é a intenção de um instituto de pesquisa, que sobrevive de fazer pesquisa, fazer uma pesquisa por conta própria e divulgar essa pesquisa? Aqui no interior de Goiás, a gente vê institutos de pesquisa que nunca ouviu-se falar. Foram juridicamente constituídos recentemente e estão fazendo pesquisas com resultados questionáveis, inclusive quando feitas apenas em um bairro”, detalha.

O presidente do Conselho de Opinião Pública da Abep assinala outras impropriedades nos registros das pesquisas autofinanciados, como o custo dos levantamentos sob suspeita.

“São empresas que oferecem serviços a preços completamente impossíveis. Com pesquisas em 100 lugares diferentes, com tamanho de amostra diferente, todas custando R\$ 2 mil cada uma. Nós não temos certeza se quer se essas pesquisas tenham sido de fato executadas.”

Meira calcula que uma pesquisa com 500 entrevistas na amostra deva custar “no mínimo” R\$ 30 mil.

Pesquisa falsa repercute

O sociólogo Dione Antonio Santibanez, especialista em pesquisas de opinião, também enfatiza a incongruência dos valores declarados.

“Pesquisa eleitoral é cara. Envolve contratação de pessoal, uso de tecnologia e custo de deslocamento. Não existe pesquisa em valor acessível”, pondera.

Santibanez pontua que falta controle da Justiça Eleitoral sobre a realização das pesquisas. “O sistema de registro acaba sendo inócuo. Ele não funciona para preservar a acuidade e a qualidade das pesquisas. Ele acaba ajudando a quem fraudar”, critica lembrando que a

divulgação de pesquisa falsa pode repercutir nos resultados do pleito: “que o eleitor pode ser induzido por resultado de pesquisa, isso é fato.”

O especialista sugere que as empresas devam prestar mais informações sobre cada pesquisa eleitoral. “Se além de registrar o plano amostral resumido, questionário e a nota fiscal, fosse colocado o relatório com os resultados e o banco de dados, seria ótimo para todo mundo: para o eleitor, para os pesquisadores, para a academia que pode ter interesse nesses dados.”

João Francisco Meira, da Abep, concorda com a sugestão. “O relatório da pesquisa registrada no Tribunal Superior Eleitoral deveria conter todas as respostas referentes a todas as perguntas contidas no questionário, para que elas possam eventualmente ser analisadas por interessados.”

Ele acrescenta recomendações para garantir transparência e lisura dos levantamentos: “seria interessante que no registro de pesquisas autofinanciadas que venha uma demonstração da situação financeira da empresa, para que possa demonstrar que tem condições de executar o trabalho com recursos próprios ao mesmo tempo que ela tem que apresentar uma informação fidedigna assinada por contador.”

A advogada Ana Raquel Pereira, que já fez representações contra pesquisas suspeitas, espera maior atuação do Ministério Público e da Justiça Eleitoral.

“Essa questão das pesquisas têm sido muito delegada para os partidos e para os candidatos. Não é costume ver a impugnação de uma pesquisa eleitoral por iniciativa do MP, a menos que seja uma coisa muito escrachada.”

Propagação nas redes sociais

Pereira ressalta que há outros tipos de crimes com a divulgação das pesquisas especialmente feitas por redes sociais e canais de mensagens espontâneas como WhatsApp.

"A questão das pesquisas eleitorais fraudulentas não é necessariamente uma novidade no mundo eleitoral. No entanto, com a facilidade de propagação das notícias pelas redes sociais isso tomou uma amplitude muito maior", afirma.

Ana Raquel ainda acrescenta que “o modus operandi tem tido variações. Pode-se divulgar uma pesquisa totalmente fraudulenta, que se utiliza o nome de um responsável técnico que não tem mínima noção de que o nome dele está declarado na pesquisa. Tem pesquisa sendo divulgada com suposto registro no Tribunal Superior Eleitoral. E tem também a divulgação de pesquisa que não foi feita que se utiliza do nome de um instituto de pesquisa, e o instituto não sabe.”

Procurado pela reportagem, o Ibope não indicou nenhuma fonte para falar sobre as fraudes, mas o instituto de pesquisa de opinião há mais anos em atividade no Brasil confirmou que é comum ter que desmentir pesquisas que são divulgadas em seu nome.

Conforme a assessoria de imprensa do instituto nesta campanha eleitoral já teve que desmentir pesquisas para intenção de votos em candidatos a prefeitos ou vereadores nas cidades de Betim (MG), Dourados (MS), Fortaleza (CE), Guaxupé (MG), Paulínia (SP), São João do Meriti (RJ), Soure (BA), Uberaba (MG) e Vitória (ES).

Como já reportado pela Agência Brasil, a divulgação de pesquisas eleitorais é arbitrada pela Lei no 9.504/1997. Conforme a lei, só podem ser publicadas as pesquisas que entidades, empresas ou institutos de pesquisa de opinião tenham registrado junto à Justiça Eleitoral, ao menos cinco dias antes da divulgação.

Desde 2014, a Justiça Eleitoral tornou disponível o aplicativo PARDAL para denúncias sobre a campanha eleitoral. As versões do aplicativo podem ser acessadas na internet, no site do Tribunal Superior Eleitoral.

Fonte: Agência Brasil