

Sondagens e Inquéritos de Opinião – Lei n.º 10/2000, de 21 de Junho

A origem das sondagens e inquéritos de opinião remonta, tanto quanto se conhece, a 24 de Julho 1824 e foi efectuada pelo jornal americano “*The Harrisburg Pennsylvanian*”, com inquéritos aos leitores naquilo que ficou conhecido como o voto de palha (“straw vote” votação fictícia).

A controvérsia estalou nas eleições americanas de 1936, momento em que já se havia passado à fase dos grandes inquéritos de opinião. Nessa altura, os inquéritos realizados pela “*Literary Digest*” davam a vitória ao candidato Alfred M. Landon com 56%, tendo, no entanto, acabado por triunfar F. D. Roosevelt com cerca 61% dos votos do eleitorado.

Este facto revelou que a exactidão dos inquéritos ou sondagens não dependia da quantidade dos inquéritos mas de uma correcta selecção destes, isto é, passou também a ser determinante a previsão da margem de erro.

Em Portugal, a primeira publicação de uma sondagem eleitoral aconteceu em 1973, tendo o primeiro número do semanário “Expresso” divulgado na 1ª página “63 por cento dos portugueses nunca votaram”.

No panorama internacional e a título de curiosidade podemos referir regimes distintos relativamente a esta matéria, tais como:

França:

Continua a proibir a publicação de sondagens no período imediatamente anterior ao acto eleitoral. Aquando das legislativas de 1997, por exemplo, alguns jornais violaram esta proibição e outros contornaram-na utilizando para o efeito os seus sites na internet para disponibilizar os resultados de sondagens.

Reino Unido:

No Reino Unido existe uma prática voluntária largamente respeitada de não publicar resultados de sondagens no dia das eleições.

Montenegro:

A República do Montenegro apresenta uma das situações mais curiosas dado que além de proibir nos órgãos de comunicação social públicos a divulgação de resultados de sondagens ou de qualquer outro tipo de projecção dos resultados da eleição proíbe, ainda, no dia da eleição a publicação de resultados de anteriores actos eleitorais.

Estados Unidos da América:

A publicação pelos meios de comunicação social de resultados de sondagens sobre actos eleitorais é vista como parte integrante da liberdade de expressão.

Feita esta abordagem histórica, interessa desde logo delimitar o objecto da presente intervenção.

Vamos discorrer sobre a publicação ou difusão pública de previsões ou simulações de voto que se baseiam nas sondagens de opinião referidas no disposto do n.º 1 do artigo 1º da Lei 10/2000, de 21 de Junho, designadamente as referentes a eleições de órgãos constitucionais e referendos nacionais – n.º 2 do referido artigo 1º.

Para tanto urge partir da definição de sondagem de opinião estabelecida no disposto na alínea b) do artigo 2º da citada Lei n.º 10/2000.

De tal preceito legal retira-se que através do estudo científico baseado no método estatístico, a partir de um universo de casos derivados que não integra todo o universo estatístico se obtém a notação que se pretende.

É o caso do posicionamento dos partidos políticos para as eleições referentes à Assembleia da República ou às Autarquias Locais, que se aproximam, de acordo com a amostra recolhida dos cidadãos votantes e seu tratamento estatístico.

Foi o caso do posicionamento dos cidadãos votantes no referente ao último referendo sobre a interrupção voluntária da gravidez, de acordo com a amostra recolhida e seu tratamento estatístico.

Face ao melindre dos resultados das sondagens de opinião, no que diz respeito à garantia da liberdade de opinião e escolha dos cidadãos votantes sobre o objecto dessas sondagens, o legislador preveniu a situação estabelecendo que as sondagens de opinião só podem ser realizadas por

entidades credenciadas para o exercício desta actividade junto da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, criada pela Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro, nos termos do artigo 3º, n.º 1 da Lei 10/2000.

Anteriormente à Lei 53/2005 a credenciação era feita junto da Alta Autoridade para a Comunicação Social, como decorre ainda do citado artigo 3 n.º 1.

Nota-se o cuidado posto da elaboração deste preceito legal, não só pelos elementos que devem integrar a credenciação – n.º 2, a) b) e c) e d) – mas também no que diz respeito à transferência da titularidade e mudança de responsável técnico da entidade – n.º 3 – e à regra de caducidade imposta pelo n.º 4.

Por outro lado, o legislador no artigo 4º da Lei em análise preveniu a realização de sondagens com regras muito apertadas, não só na defesa dos direitos de personalidade dos inquiridos, n.º 1, a) b) e c), mas também no modo de elaboração das perguntas, na representatividade da amostra, de importância fundamental, pois a mesma deve ser representativa do universo estatístico de onde é extraída, na interpretação correcta dos resultados brutos e na indicação do período de tempo entre a recolha da amostra e a publicação dos resultados pelo órgão de comunicação para garantia da actualização dos resultados – n.º 2, a) b) c) e d).

Relevante é ainda a garantia dada pelas empresas que realizam sondagens de opinião, de que os técnicos que realizam a interpretação dos resultados obtidos observem os códigos de conduta profissional internacionalmente reconhecidos.

A chamada de atenção à observância do código de ética profissional pelos técnicos da empresa de sondagem tem a ver com o melindre da sua actuação. Embora os códigos éticos da profissão sejam sempre de seguir em qualquer actuação, neste caso não parece mal a chamada de atenção referida.

Ainda que as regras apontadas na realização das sondagens de opinião sejam apertadas, o certo é que, nos termos do artigo 5º da Lei 10/2000, a publicação

ou difusão pública de qualquer sondagem de opinião apenas é permitida após o depósito desta junta da Entidade Reguladora para a Comunicação Social, acompanhada da respectiva ficha técnica, até trinta minutos antes da publicação ou difusão.

Quer dizer, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social tem de conhecer a sondagem de opinião antes da sua publicação ou difusão podendo fazer o seu juízo de valor sobre a mesma, já que é esta entidade que fixa o modelo de ficha técnica a seguir, nos termos do artigo 6º n.º 3 da Lei 10/2000.

Para tanto, neste preceito legal indica-se a constituição da ficha técnica, que é bem pormenorizada e vai desde a indicação do objecto da sondagem; à pormenorização da recolha da amostra; aos resultados brutos da sondagem antes de qualquer ponderação; no caso de sondagens que tenham por objecto intenções de voto, as percentagens de pessoas que declararam que se iram abster, sempre que se presuma que a mesma seja susceptível de alterar significativamente a interpretação dos resultados; e a margem de erro estatístico máximo associado a cada ventilação.

De importância evidente é o preceituado no artigo 7º da Lei 10/2000. Efectivamente, nele estão consubstanciadas as regras da publicação, difusão e interpretação técnica dos dados obtidos por sondagens de opinião.

Desde logo, nos termos do artigo 7º n.º 1, refere-se que devem ser efectuadas de forma a não falsear ou deturpar o seu resultado, sentido e limites.

Para atingir tal desiderato já constatámos que aos técnicos das empresas de sondagem de opinião é exigido que, na interpretação dos resultados dessas sondagens, observem os códigos de conduta da profissão internacionalmente reconhecidos, nos termos do artigo 4º, n.º 3, da Lei 10/2000.

Por tal motivo, segundo o disposto no artigo 7º, n.º 2, são indicadas pormenorizadamente as informações que devem acompanhar as sondagens

de opinião, aquando da sua publicação, sendo que constam, ainda que com outra redacção, da ficha técnica referida no artigo 6º.

Será através delas que serão escrutinados os técnicos que fizeram a interpretação das sondagens e a própria empresa a que pertencem.

Para obviar ao decurso de tempo e à perda de validade dos resultados obtidos, “A primeira divulgação pública de qualquer sondagem de opinião deve fazer-se até 15 dias a contar da data do depósito obrigatório, a que se refere o artigo 5º”, nos termos do artigo 9º da Lei 10/2000.

Todavia, o legislador reconheceu no artigo 10º da Lei n.º 10/2000 que havia que marcar o termo para a publicação e difusão das sondagens de opinião directa ou indirectamente relacionadas com actos eleitorais e referendários.

E fê-lo estabelecendo que a publicação ou difusão de sondagens de opinião referidas terão de ser feitas desde o final da campanha relativa à realização do acto eleitoral ou referendário até ao encerramento das urnas em todo o país.

Ao contrário da Lei anterior, que proibia a publicação e difusão de sondagens de opinião nos sete dias anteriores ao dia do acto eleitoral ou referendário, a Lei vigente aumentou o período de publicação ou difusão das mesmas até ao último dia de campanha eleitoral.

Fê-lo de modo adequado. Efectivamente, se partidos políticos concorrentes à eleição podem fazer campanha eleitoral até ao antepenúltimo dia anterior ao dia da eleição, não se vê qualquer motivo para que as sondagens de opinião não devam ser publicadas ou difundidas até esse dia.

Em defesa da garantia de direito de opinião e escolha dos cidadãos eleitores, quer a campanha eleitoral, quer a difusão e publicação de sondagens de opinião sobre o acto eleitoral ou referendário, são proibidas no dia de reflexão e no dia do acto eleitoral.

É excepção à regra referida a divulgação de deliberações de rectificação aprovadas pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social no dia anterior ao do acto eleitoral ou referendário, nos termos do n.º 2 do artigo 10º citado.

Neste caso específico de sondagens de opinião de acto eleitoral ou referendário o legislador fixou que nos dois meses que antecedem um acto eleitoral ou referendário a primeira publicação ou difusão pública de sondagens de opinião dever ocorrer até 15 dias a contar da data em que terminaram os trabalhos de recolha de informação.

Face à necessidade de celeridade e prontidão da publicação e divulgação destas sondagens de opinião estabeleceu-se neste caso uma regra de excepção em relação à publicação da primeira sondagem em comparação com a regra geral estabelecida no artigo 9º.

Acontece ainda que o responsável pela publicação ou difusão de sondagens em violação da Lei 10/2000 ou alterando os resultados obtidos constitui-se na obrigação de fazer publicar ou difundir a suas expensas e no mesmo órgão de comunicação social, as rectificações objecto de deliberação da ERC, nos termos do artigo 14º, n.º 1 daquela Lei.

É o mínimo que pode acontecer ao prevaricador que produz informação errónea.

Estabelece-se depois no n.º 2 o local ou locais onde a obrigação de rectificação deve ser cumprida e nos nºs 3 e 4 os casos de cumprimento da obrigação de rectificação no caso da publicação ou difusão de rectificação ocorrer em período de campanha eleitoral ou referendário.

Interessa agora referir que a Entidade Reguladora para a Comunicação Social tem a sua competência na matéria em causa prescrita no artigo 15º da Lei 10/2000.

É uma competência alargada não só na credenciação da entidade que elabora as sondagens de opinião, mas também na adopção das regras técnicas a observar, quer sob o ponto de vista técnico, quer na interpretação dos resultados obtidos, para além de dar pareceres sobre a aplicação da Lei no território nacional, esclarecer dúvidas das entidades responsáveis pela realização de sondagens de opinião, apreciar as queixas apresentadas sobre tais matérias, nos termos do artigo 13º e aplicar as coimas previstas no artigo 17º, com excepção da prevista na alínea g) do seu n.º 1.

E porquê esta excepção?

Precisamente porque a Comissão Nacional de Eleições tem competência para “autorizar a realização de sondagens em dia de acto eleitoral ou referendário, credenciar entrevistadores indicados para esse efeito e fiscalizar o cumprimento dos disposto no artigo 11º, bem como anular por acto fundamentado, autorizações previamente concedidas” e “para aplicar as coimas previstas na alínea g) do n.º 1 do artigo seguinte”, nos termos do artigo 16 da Lei n.º 10/2000.

Daí que caiba à CNE promover a boa aplicação do disposto no artigo 11º da referida Lei.

Assim sendo, é de concluir que em regra a competência para efeitos de aplicação da Lei das sondagens de opinião cabe à ERC e que a competência da CNE é residual e abrange tão só as sondagens de opinião à boca das urnas, nos termos do artigo 16º alínea a) e 11º da Lei n.º 10/2000, aplicando a coima referenciada no artigo 17º n.º 1 alínea g), por infracção do disposto naquele artigo 11º.

Segundo orientação da CNE os pedidos de autorização e credenciação devem dar entrada nos serviços da Comissão até 5 dias antes do dia da votação e as empresas interessadas devem indicar a identidade e as habilitações académicas e/ou de relevância profissional dos responsáveis pelas equipas de campo.

O prazo de 5 dias, acima referido, é o prazo mínimo que permite à CNE, em face dos meios humanos e materiais de que dispõe, garantir em tempo útil o processamento dos dados recebidos e a emissão das credenciais de todos os entrevistadores.

Aos entrevistadores credenciados pela CNE não é permitido:

- a) Entrevistar os inquiridos antes de estes terem exercido o direito de sufrágio;
- b) Entrevistar os mesmos inquiridos, excepto quando a sua anuência tenha sido previamente obtida;
- c) Inquirir eleitores no interior dos edifícios onde funcionam as assembleias de voto;
- d) Recusar a exibição da credencial perante os membros da CNE, os agentes de autoridade, os membros das mesas de voto ou os cidadãos a inquirir.

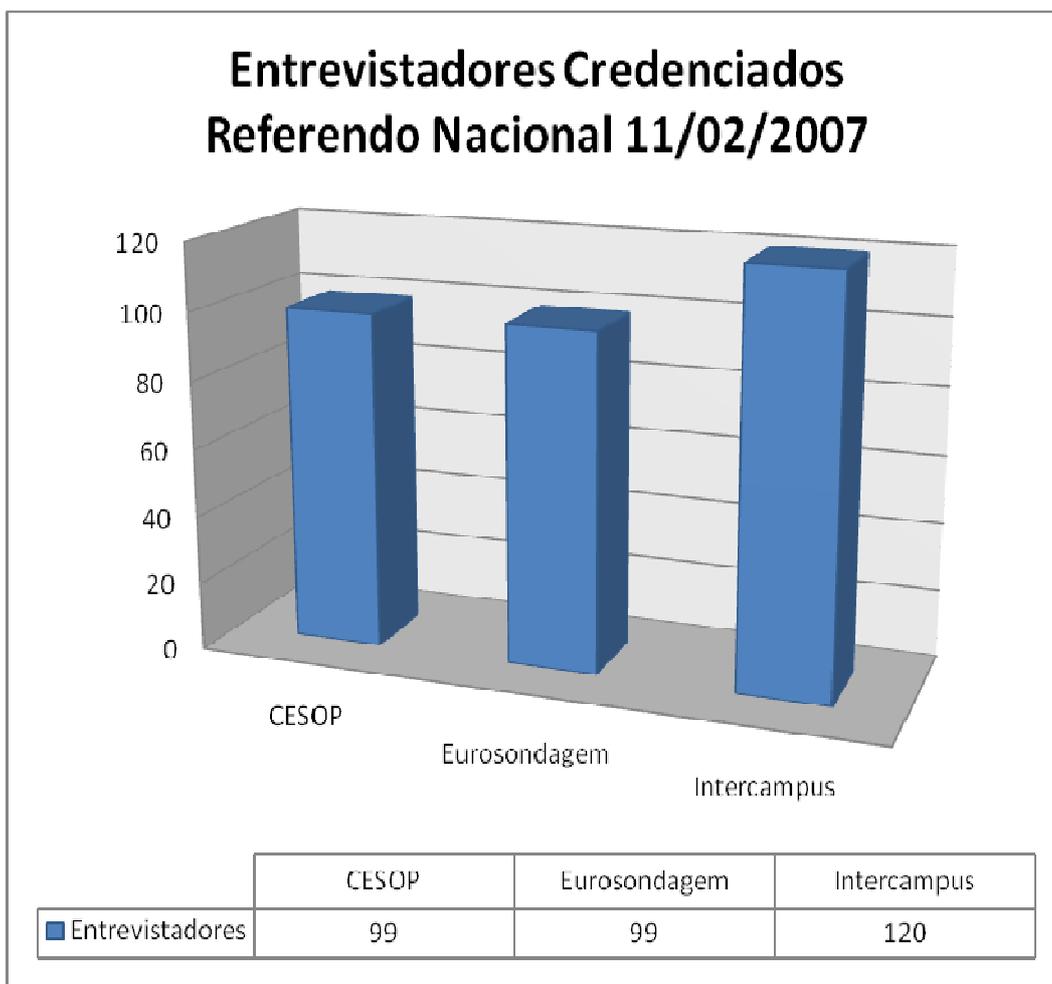
Os entrevistadores devem, ainda, assegurar sigilo absoluto e anonimato das respostas, bem como estar identificados de forma visível.

É usual existirem dúvidas por parte dos eleitores abordados no âmbito da sondagem relativamente à legitimidade e identidade dos entrevistadores, o que origina diversos contactos junto da CNE.

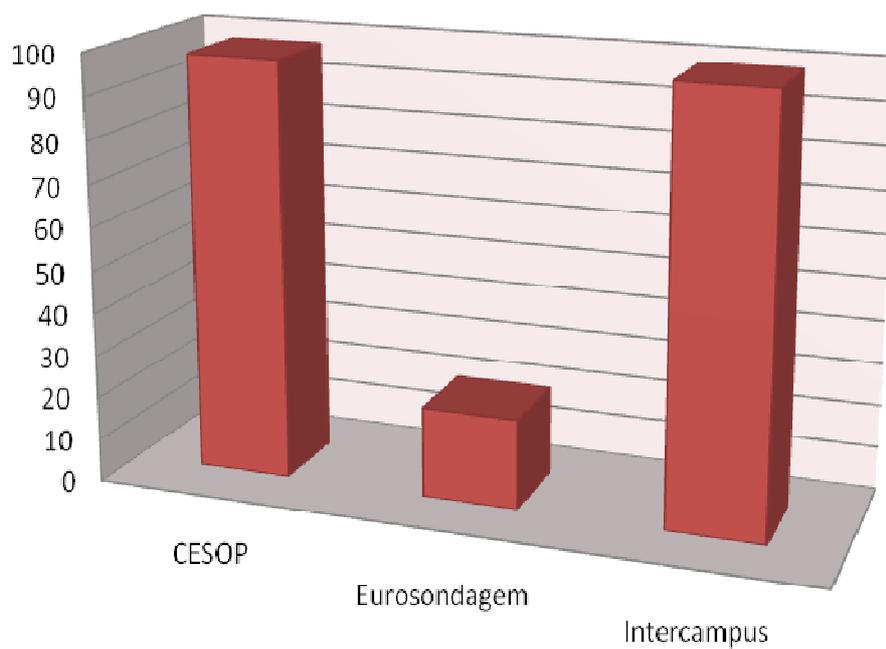
Assim, optou a CNE por atribuir a cada credencial emitida um número de verificação, que permite, a qualquer cidadão, confirmar no sítio da CNE na Internet, a identidade do entrevistador, através da consulta da imagem da credencial em apreço.

Os dados enviados à CNE destinam-se exclusivamente ao cumprimento das disposições legais aplicáveis, não são utilizados para qualquer outra finalidade e apenas é permitida a sua visualização caso o número de verificação seja correctamente inserido no motor de busca colocado no sítio oficial da CNE, exclusivamente para esse efeito.

Tal decorre do cumprimento de exigências legais impostas pela Comissão Nacional de Protecção de Dados, CNPD, relativas ao tratamento de dados pessoais.

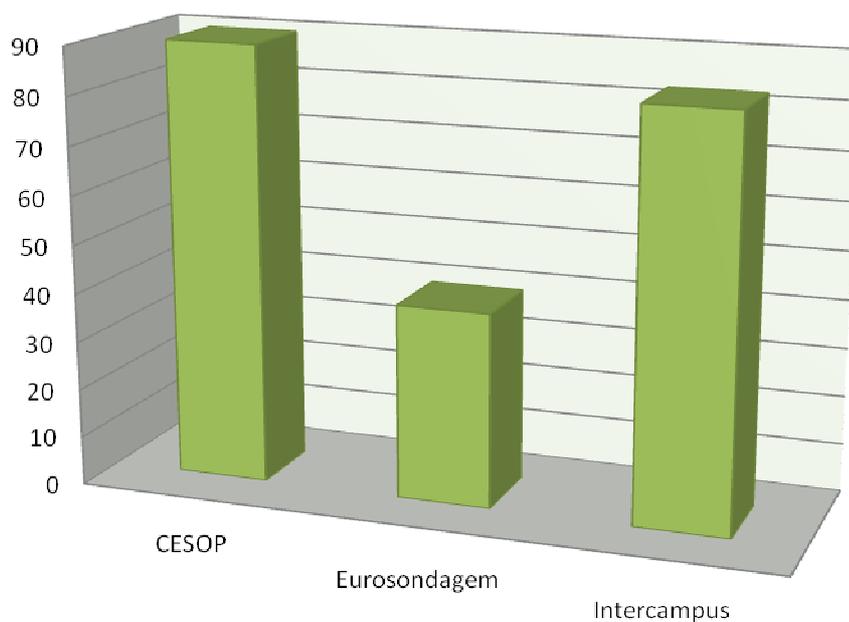


Entrevistadores Credenciados Eleição ALRAM 06/05/2007



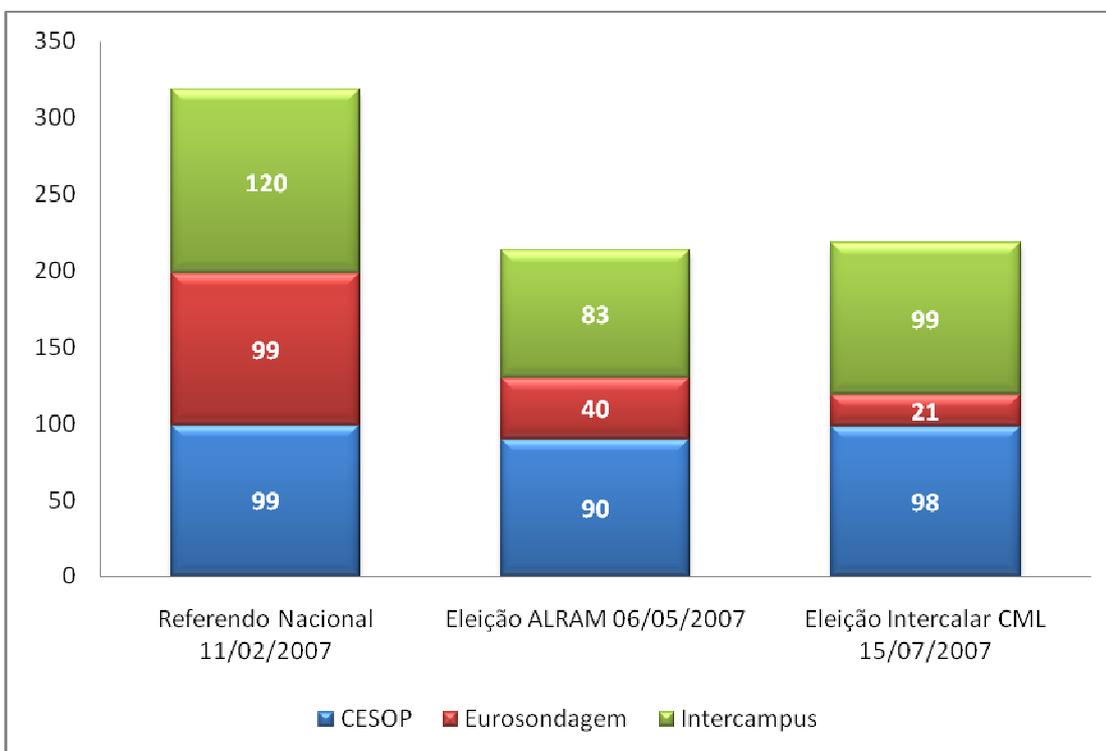
	CESOP	Eurosondagem	Intercampus
Entrevistadores	98	21	99

Entrevistadores Credenciados Eleição Intercalar CML 15/07/2007



	CESOP	Eurosondagem	Intercampus
■ Entrevistadores	90	40	83

Comparativo entrevistadores credenciados por acto eleitoral/referendário 2007



	Referendo Nacional 11/02/2007	Eleição ALRAM 06/05/2007	Eleição Intercalar CML 15/07/2007
CESOP	99	90	98
Eurosondagem	99	40	21
Intercampus	120	83	99
TOTAIS	318	213	218