Comunicado

Resposta à Lei nº 2494 de 2025 da Colômbia

Em 23 de julho de 2025, o Congresso da Colômbia decretou a Lei nº 2494, que regula a elaboração, publicação e difusão de sondagens eleitorais e de opinião pública. A lei introduz restrições severas, entre elas a proibição de publicar sondagens eleitorais até três meses antes do encerramento do processo de registro de candidatos. Esta limitação constitui uma violação direta dos direitos internacionalmente reconhecidos à liberdade de expressão, ao acesso à informação e ao direito a eleições justas e livres, conforme destacado nas seções seguintes. Além disso, a lei obriga os institutos de pesquisa a apresentar dados pessoais para supervisão oficial, o que expõe os respondentes a possíveis riscos e viola seus direitos à privacidade e à proteção de dados. A Esomar recomenda a revogação dessas disposições restritivas para garantir que os eleitores tenham acesso a informações verificadas sobre pesquisas, a fim de assegurar a integridade democrática e proteger as liberdades fundamentais essenciais para eleições transparentes e imparciais.

A Esomar, como associação mundial dedicada à pesquisa de mercado, opinião social e à análise de dados, trabalha há muito tempo para estabelecer normas profissionais que regem a realização de sondagens de alta qualidade, assegurando imparcialidade, transparência e respeito aos princípios de privacidade dos entrevistados — essenciais para manter a confiança dos eleitores. Como destacado no *Guia Esomar e WAPOR sobre Sondagens de Opinião e Pesquisas Publicadas*[1], tanto na edição de 2017 quanto na atualização prevista para 2026, a pesquisa de opinião é essencial para eleições abertas, livres e justas. Pesquisas de opinião pública bem conduzidas proporcionam aos eleitores uma visão científica do processo político, permitindo que tomem decisões de voto conscientes. Restringir processos de pesquisa de opinião pública priva os eleitores de acesso a dados confiáveis e aumenta sua vulnerabilidade à desinformação, enfraquecendo a participação democrática. Ao mesmo tempo, os partidos deixam de ter acesso a informações

[1] https://esomar.org/publications/guideline-on-opinion-polls-and-published-surveys

essenciais para desenvolver políticas eficazes e baseadas em dados que reflitam adequadamente as atitudes e preocupações dos eleitores.

A decisão do Congresso colombiano de limitar a publicação de pesquisas de intenção de voto aos três meses anteriores às eleições representa uma grave ameaça à liberdade de expressão, ao direito à informação e, em última instância, à própria democracia. As disposições da lei contradizem normas internacionalmente reconhecidas, especialmente o Artigo 19 do Pacto Internacional de Direitos Civis e Políticos da ONU, que garante o direito de buscar, receber e difundir informações e ideias de qualquer tipo. Essa restrição expõe eleitores e cidadãos a um processo eleitoral menos transparente e potencialmente distorcido, prejudicando sua capacidade de avaliar com precisão o estado do discurso sociopolítico no país. Além disso, compromete a transparência necessária para a integridade eleitoral e enfraquece a qualidade do debate público.

A restrição imposta pela Lei 2494 sobre a publicação antecipada de pesquisas de intenção de votos não tem precedentes na América Latina. Como mostrado no estudo Esomar–WAPOR sobre a *Liberdade para Realizar e Publicar Pesquisas de Opinião*[2], a maioria dos países da região permite a difusão de sondagens durante todo o período eleitoral, impondo apenas breves restrições próximos ao dia da eleição. O modelo colombiano, ao contrário, estabelece uma limitação extraordinária à realização e divulgação de pesquisas fora do ciclo eleitoral — momento em que são essenciais para que partidos escolham seus candidatos e para que eleitores tomem decisões informadas. Assim, a proibição diverge significativamente das normas regionais, criando complicações legais e operacionais.

A lei exige que as empresas de pesquisa apresentem dados pessoais identificáveis, como números de telefone usados nas amostras, para fins de auditoria. Essa medida viola princípios fundamentais de proteção de dados, especialmente o princípio da minimização, e expõe indivíduos a riscos de uso indevido e violações de privacidade.

Em consonância com as preocupações expressas pela Associação Colombiana de Empresas de Pesquisa de Mercados e Opinião Pública (ACEI), de que a lei constitui uma violação da liberdade de informação e enfraquece os direitos fundamentais dos eleitores, a Esomar solicita enfaticamente às autoridades colombianas a revogação dessas medidas restritivas. Dessa forma, será garantido que o marco jurídico colombiano esteja alinhado com as normas internacionais e assegure a proteção dos direitos dos cidadãos à informação e à privacidade. Caso não haja ação, o marco jurídico colombiano se distanciará do de muitos de seus países vizinhos, o que criará complicações jurídicas desnecessárias tanto para os operadores colombianos quanto para as agências internacionais de pesquisa. Em última instância, seria enfraquecido o papel fundamental da pesquisa de opinião pública no apoio a

[2] https://esomar.org/publications/the-freedom-to-conduct-and-publish-opinion-polls

eleições justas e transparentes, com consequências negativas mais amplas para os processos democráticos.

esomar

A Esomar é uma organização global de autorregulação comprometida com práticas éticas e com a representação da comunidade dedicada à pesquisa de mercado, opinião, social e análise de dados. Desde 1947, Esomar e suas associações colaboradoras têm assegurado práticas responsáveis e confiáveis na pesquisa. A organização representa mais de 50.000 profissionais e 750 empresas em mais de 130 países. Seus programas, informativos, inciativas e eventos promovem normas éticas internacionais, educação, melhores práticas, networking profissional e diálogo estruturado com os responsáveis políticos e pesquisadores.

Este comunicado foi redigido por Esomar e conta com o apoio regional das seguintes associações latino-americanas:

- ACEI, Asociación Colombiana de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública
- ABEP, Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa
- ADEIMO, Asociación Dominicana de Empresas de Investigación de Mercado y Opinión
- AIM, Asociación de Investigadores de Mercado y Opinión Publica de Chile
- AMAI, Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión
- APEIM, Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados
- CEDE, Colegio de Especialistas en Demoscopía y Encuestas
- CEIM, Cámara de Empresas de Investigación Social y de Mercado
- CEIMOP, Cámara de Empresas de Inteligencia de Mercado y Opinión Pública del Paraguay
- CEISMU, Cámara de Empresas de Investigación Social y de Mercado del Uruguay
- SAIMO, Sociedad Argentina de Investigadores de Marketing y Opinión

Contacto:

- Federica Pizzuti, Especialista em Assuntos Públicos e Governamentais, Esomar: Federica.pizzuti@esomar.org

A tradução deste comunicado foi realizada utilizando ferramenta de IA, com revisão humana realizada pela ABEP.