

# Como a imprensa lida com as pesquisas de opinião

*(Observatório de Imprensa, 14/10/2014) Durante a entrevista a conselheira do Instituto Patrícia Galvão, Fátima Pacheco Jordão, comenta a importância das pesquisas para a decisão do eleitorado e analisa a abordagem da mídia sobre os levantamentos.*

Os resultados do primeiro turno das eleições deixaram em evidência os erros dos dois maiores institutos de opinião do país: Datafolha e Ibope. Eles erraram em nove estados tanto para a disputa presidencial quanto as estaduais. As sondagens de intenção de voto e de boca de urna tiveram incompatibilidade com os resultados em mais de três pontos percentuais e surpreenderam os eleitores.

Casos como o da corrida presidencial que não dava o candidato do PSDB Aécio Neves como segundo colocado e no Rio Grande do Sul, o candidato do governo que ficou em primeiro lugar, estava em segundo nas pesquisas. Neste, o erro foi de 11 pontos a menos do que o apresentado nas urnas.

Os responsáveis pelos institutos se defenderam alegando que tratam estes números como prognósticos, embora sejam diagnósticos e refletem uma realidade passada, não futura. Apesar disso, eles foram criticados por políticos e especialistas. A mídia abriu espaço para o fato nos dias seguintes ao primeiro turno, mas não aprofundou o assunto que é recorrente nas últimas eleições.

O Observatório da Imprensa quer debater mais uma vez as pesquisas de opinião que regem as campanhas e influenciam o voto, principalmente no dia anterior à votação. Vamos analisar também o enorme número de votos brancos e nulos que podem sugerir uma insatisfação no eleitorado que foi às ruas em junho do ano passado.

*Assista ao programa na íntegra:*

**Acesse no site de origem:** [Como a imprensa lida com as pesquisas de opinião \(Observatório de Imprensa, 14/10/2014\)](#)