

Como são feitas as pesquisas eleitorais

(Senado Notícias, 24/09/2014) Você já foi entrevistado ou conhece alguém que respondeu questões para uma pesquisa eleitoral? Boa parte dos cidadãos costuma ter curiosidade a esse respeito, mas as qualificações para ser selecionado pelos institutos que realizam os levantamentos não são muito conhecidas do público, assim como quais detalhes, exigências e recortes populacionais tornam o resultado da pesquisa factível.

- Para ser representativa, ela precisa ser aleatória, estar associada a um determinado nível de confiança e a uma margem de erro - explica Marcos Ruben Oliveira, estatístico do DataSenado.

Isso significa dizer que para responder a um questionário de intenção de votos um eleitor precisa ser sorteado na loteria dos institutos de pesquisa. Eles escolhem os entrevistados depois de definida a quantidade de pessoas a serem ouvidas, a partir de um cálculo que considerará a margem de erro (a variação possível em torno do resultado) e o nível de confiança (a quantidade de vezes que a pesquisa dará resultado semelhante se for repetida). Esse cálculo, como exige a lei, deve ser feito por um estatístico, para garantir que o processo de seleção seja bem feito e com a técnica adequada, frisa Marcos.

- Só o que não depende do estatístico é um questionário bem feito e a análise dos dados - afirma ele.

Amostra

De acordo com Marcos Oliveira, o primeiro passo para a realização do levantamento é a definição do público-alvo. No caso da pesquisa eleitoral para governador, por exemplo, os eleitores de um estado; para a Presidência da República, todos os 142,8 milhões de eleitores brasileiros. Ele ressalta um dado interessante: os votantes do exterior também deveriam ser ouvidos para retratar mais fielmente as intenções de sufrágio. Afinal, são mais de 350 mil que participam da escolha do presidente estando fisicamente em outro país.

- Mas deixá-los de fora não invalida uma pesquisa - salienta.

Definido o público-alvo e calculada a quantidade de pessoas a ser entrevistadas a partir do cálculo estatístico, é preciso definir a amostragem, que deve ser feita sem intervenção humana, como se fosse um sorteio. A forma desse "sorteio" varia muito, afirma Marcos.

Na amostragem aleatória simples, no caso da pesquisa eleitoral para presidente, poderiam ser escolhidos brasileiros em geral ao acaso. Mas provavelmente ficariam de fora eleitores de estados menos populosos como o Acre e apareceriam muitos eleitores de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, maiores colégios eleitorais, o que impediria a obtenção de um perfil de votação nos estados. A aleatória simples é a mais fácil, mas não é recomendável para um país com a diversidade cultural, econômica e dimensões do Brasil.

Os grandes institutos de pesquisa, como o Ibope e o Datafolha, utilizam a amostragem aleatória estratificada, que também é utilizada pelo DataSenado. Ela divide a população-alvo pelos 27 estados da federação. Alguns aplicam ainda uma variante desse tipo de amostragem, com divisões por renda, idade, escolaridade ou gênero: a amostragem estratificada por cotas.

Isso significa dizer que, se numa cidade a população feminina é de 60% e a masculina é de 40%, tenta-se reproduzir esse universo ouvindo a mesma proporção de mulheres e homens na pesquisa. O estatístico calcula quantas pessoas serão ouvidas com base nos dados demográficos do IBGE.

Entretanto, na opinião de Marcos, definir cotas afeta em parte a aleatoriedade, um dos requisitos para uma pesquisa representativa. Por isso, esse recurso não é uma unanimidade entre os institutos, nem é usado no DataSenado.

- Interfere na probabilidade de seleção, você perde um pouco de aleatoriedade, mas dado o universo de entrevistados, esse resultado acaba não aparecendo muito. Mas teoricamente é menos precisa - observa.

O perfil dos eleitores que responderão às questões é escolhido a partir de um banco de dados. Uma das principais fontes utilizadas para essa coleta é o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que divide a população nos chamados setores censitários, considerando ainda as informações da Justiça Eleitoral, revela o estatístico. Os setores censitários são unidades territoriais definidas pelo IBGE para orientar a distribuição espacial da população, sendo mais de 200 mil em todo o Brasil. Para exemplificar, os blocos ABCD e E da SQS 203, na Asa Sul, em Brasília, formam um setor censitário, e os blocos FGHI e J, outro, explica Marcos. No IBGE, também há informações sobre faixa etária, cor e renda, entre outros dados.

Sorteados os setores para a pesquisa, os domicílios a serem visitados localizam-se nessa área. O setor censitário é um critério geográfico para facilitar a escolha do eleitor, que deve ser ouvido pessoalmente, em campo, já que pesquisar pelo telefone também afeta a aleatoriedade, observa Marcos. Afinal, apenas pouco mais de 50% da população têm telefone fixo, e uma grande parcela não teria chance de ser entrevistada por esse critério, o que afrontaria a isenção da pesquisa.

Tamanho

O que diferencia o tamanho da amostra é a margem de erro com a qual o instituto trabalha e o nível de confiança atribuído à margem de erro, explica o servidor do DataSenado. Os dois conceitos são associados. Quanto menor a margem de erro e maior a confiança, mais pessoas precisam ser ouvidas.

Os índices que se tornaram padrão no mercado são 2 pontos percentuais de margem de erro com 95% de nível de confiança. Isso significa dizer que se a pesquisa for repetida 100 vezes, em 95 delas os resultados estarão dentro da variação de 2 pontos percentuais para mais ou para menos. Uma pesquisa com essas variáveis precisa ouvir 2.401 eleitores. No DataSenado, a margem de erro utilizada é de 3 pontos, e para isso é necessário ouvir nacionalmente 1.068 pessoas.

De acordo com Marcos Oliveira, o cálculo estatístico é preciso. Se for fixada a entrevista de 2 mil pessoas, vai se chegar a um resultado, e se forem entrevistadas 3 ou 4 mil, o resultado continuará sendo muito semelhante

- Então, se com 2 mil eu tenho a precisão que eu queria, por que entrevistar mais pessoas? Não precisa. Você pode fazer esse teste várias vezes e vai comprovar que isso ocorre - detalha.

Para comparação, uma pesquisa com 99% de nível de confiança e margem de erro de 0,01

ponto percentual para mais ou para menos precisa ouvir 16.588 pessoas. Já uma pesquisa com 99,9% de nível de confiança e margem de erro de 0,001 pontos, precisaria ouvir 2.703.233 eleitores. Sem margem de erro, só a realização de um censo, completa o estatístico.

Alguns institutos, lembra Marcos, fazem pesquisa por cotas em zonas de grande circulação, que julgam concentrar determinado estrato de eleitores. Segundo diz, essa amostragem não é aleatória, e a margem de erro e o nível de confiança de levantamentos assim não podem ser assegurados.

Erros

Ao contrário do que parece, os institutos não estão errando mais em suas pesquisas de intenção de votos, acredita Marcos Oliveira. Para ele, o que pode estar acontecendo é o fato de mais pesquisas estarem sendo realizadas e os erros se tornarem mais evidentes. Pelo padrão do mercado, de cada 100 pesquisas, 5 podem estar erradas.

- Toda pesquisa pode errar porque não é precisa, é uma amostragem. Sempre tem a possibilidade de cair na margem de erro e no nível de confiança. Em 95% das vezes a pesquisa vai acertar, mas sobrou 5% de possibilidade de erro - diz.

Um erro clássico das pesquisas eleitorais foi o cometido pelo instituto que dava como certa a vitória de Fernando Henrique Cardoso para a prefeitura de São Paulo, em 1985. Antes da apuração, o ex-presidente até tirou fotos na cadeira de prefeito. Com as urnas abertas, sagrou-se vencedor o concorrente, Jânio Quadros. Mais recentemente, em 2010, também em São Paulo, os institutos apontavam a vitória de Marta Suplicy (PT) e do candidato Netinho de Paula para as duas vagas do Senado, mas quem saiu vencedor foi Aloysio Nunes (PSDB).

Outro fator que pode induzir ao erro é um questionário mal elaborado. Se o entrevistador faz uma pergunta tendenciosa, provavelmente captará uma tendência que não é verdadeira. Para Marcos, enviar a pergunta é falta de ética ou de preparo técnico.

Elina Rodrigues Pozzebom

Acesse no site de origem: [Como são feitas as pesquisas eleitorais \(Senado Notícias, 24/09/2014\)](#)