



PESQUISAS ELEITORAIS

TIRA DÚVIDAS



OB OBSERVATÓRIO
DO LEGISLATIVO
BRASILEIRO

Ano eleitoral e as pesquisas que medem as intenções de voto voltam a ganhar espaço na mídia.

Semanalmente nos deparamos com matérias sobre pesquisas apontando que candidato A tem $x\%$ das intenções de voto, candidato B tem $y\%$, C tem $z\%$.

Quão precisas são essas pesquisas? O quanto elas transmitem a percepção dos eleitores? Por que nos deparamos com pesquisas que apresentam resultados frequentemente diferentes?

Para responder a essas questões, organizamos esse tira dúvidas para auxiliar na interpretação dos resultados das pesquisas eleitorais.

O QUE É MARGEM DE ERRO E POR QUE OS
RESULTADOS DAS PESQUISAS SÃO
DIVERGENTES?

Resultados divergentes entre as pesquisas e entre o resultado real das eleições podem, muitas vezes, ser explicados pela margem de erro.

Como o intervalo de confiança, a margem de erro é uma das estatísticas mais importantes dos resultados de uma pesquisa eleitoral. Sua interpretação é, também, bastante simples.

Vejam os gráficos a seguir

Tomemos como exemplo as pesquisas de intenção de voto realizadas pelo instituto PoderData no mês de abril para o segundo turno das eleições de 2022.

O instituto apontou que o candidato Lula tinha 47% das intenções de voto, contra 38% de Bolsonaro. O PoderData, por sua vez, utiliza uma margem de erro de 3 pontos para mais ou para menos.

Logo, devemos interpretar que se a pesquisa tivesse sido realizada com base em toda a população brasileira, e não apenas com base em uma amostra, a intenção de votos que esperaríamos encontrar para o candidato Lula estaria entre 44% e 50%, em 95% das vezes, ao passo que o candidato Jair Bolsonaro estaria entre 35% e 41% das intenções de voto, em 95% das vezes.

Pesquisas nas quais a população inteira é consultada sobre suas intenções de voto não existem, mesmo o Censo do IBGE não entrevista toda a população.

A dificuldade de tempo e aplicação dos questionários, bem como a dificuldade financeira imposta, faz com que os institutos de pesquisa recorram, então, à seleção de amostras da população para aplicarem seus questionários e extraírem seus resultados.

Com a seleção de amostras, o uso da margem de erro torna-se obrigatório. Isso porque, a margem de erro é a estatística responsável por capturar as eventuais diferenças e erros amostrais que possam existir entre a amostra realizada e a população real.

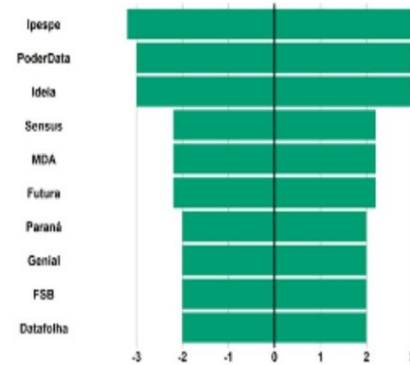


Gráfico 1. Margens de erro utilizadas pelos institutos de pesquisas brasileiros

Fonte: OLB

O QUE É UNIVERSO DA AMOSTRA?

Grandes empresas utilizam a amostragem aleatória estratificada por cotas. Primeiro há a divisão da quantidade de entrevistados pelos municípios e regiões do país, para em seguida, ser realizada as devidas divisões por renda, idade, escolaridade, cor/raça ou gênero, de forma a reproduzir as proporções da população para as categorias selecionadas.

A estratificação por cotas significa que se numa cidade a população feminina é de 60% e a masculina é de 40%, a amostra selecionada deverá ter a mesma proporção de mulheres e homens na pesquisa.

A técnica de abordagem da amostra selecionada também interfere, e muito, nos resultados das pesquisas.

A depender da técnica escolhida, parcelas específicas da sociedade podem ser subrepresentadas ou mesmo excluídas das análises.

Pesquisas que são feitas por telefone, por exemplo, tendem a deixar de fora a parcela da população que é mais pobre e não possui telefone ou que, muitas vezes, tem mais dificuldade para compreender os questionamentos, interagir com robôs ou mesmo responder aos questionamentos por esse meio. Por outro lado, nas pesquisas realizadas em domicílios, entrevistadores podem enfrentar dificuldades de acesso.

Técnica de Coleta	Explicação	Pontos Positivos	Pontos Negativos
Ponto de Fluxo	Entrevistados são abordados em pontos específicos a cidade	Processo de coleta é mais rápido do que a pesquisa em domicílio	Possível ausência de entrevistados que possam representar grupos específicos; problemas de viés associado ao entrevistado querer responder ao questionário sem necessariamente ter sido escolhido/ abordado pelo entrevistador.
Telefone	Entrevistas são realizadas por telefone, às vezes por robôs	Menor custo e mais fácil do indivíduo aceitar ser entrevistado	Exclusão da parcela da sociedade que não tem telefone (geralmente a população mais pobre); exclusão daqueles que não atendem as chamadas.
Domiciliar	Entrevistas são realizadas em domicílio	Maior probabilidade de entrevistas com indivíduos que precisam fazer parte da amostra.	Maior custo; exclusão de determinadas parcelas da população (ex: ricos que moram em condomínios que não permitem a entrada de entrevistadores e pobres que moram em comunidades de difícil acesso).

**DIFERENÇAS
NO TEXTO E NA
ORDEM DOS
ENUNCIADOS
DAS QUESTÕES**

As pesquisas de opinião também podem apresentar importantes diferenças em seus resultados a depender do modo como o questionário é construído. A simples ordem de apresentação das perguntas pode alterar a resposta do participante. Por exemplo, há diferença entre coletar a intenção de voto do entrevistado sem lhe oferecer lista de nomes de candidatos (intenção de voto espontânea) e coletar sua escolha a partir de uma lista predeterminada de candidatos (intenção de voto estimulada).

As perguntas sobre intenção espontânea acabam por exigir que os respondentes tenham conhecimento prévio dos possíveis candidatos e isso nem sempre acontece. Muitos brasileiros e brasileiras desconhecem quem são os candidatos até as vésperas das eleições. Quando questionados pelas pesquisas, tais eleitores, muitas vezes, podem fornecer nomes de políticos que não necessariamente são candidatos ou podem fornecer nomes mais célebres, ou mais divulgados pela mídia - o que nem sempre pode corresponder a sua real intenção de voto.

Quando se pretende medir a intenção de voto estimulada e a pesquisa é realizada pessoalmente (ponto de fluxo e domiciliares), o modelo geralmente adotado para a pergunta é o uso de um disco circular, no qual estão os nomes dos candidatos divididos de forma igual. O disco garante que todos os candidatos tenham a mesma chance de ser visualizados pelo entrevistado.

Já nas pesquisas que são realizadas por telefone, com a impossibilidade de apresentação de uma lista de candidatos ou de um disco, os institutos de pesquisa optam por ler os nomes de forma aleatória ou em rodízio. Os respondentes, por sua vez, precisam, ainda, selecionar teclas de números específicos em seus telefones para selecionarem as opções desejadas. Com esta técnica, por exemplo, os entrevistados podem ter dificuldade de se lembrar de todas as opções e podem acabar optando pela que mais memorizaram e não necessariamente pela que realmente desejavam escolher.

ANPOCS
Associação Nacional de
Pós-Graduação e Pesquisa
em Ciências Sociais

ABCP
Associação Brasileira
de Ciência Política

ABA
Associação Brasileira de Antropologia

**SOCIEDADE BRASILEIRA
DE SOCIOLOGIA**

IB | OBSERVATÓRIO
DO LEGISLATIVO
BRASILEIRO

MUITO OBRIGADA!

BOAS ELEIÇÕES!!