

Biblioteca Digital da Câmara dos Deputados
Centro de Documentação e Informação
Coordenação de Biblioteca
<http://bd.camara.gov.br>

"Dissemina os documentos digitais de interesse da atividade legislativa e da sociedade."



ERRO EM PESQUISA ELEITORAL

ANTONIO OCTAVIO CINTRA

Consultor Legislativo da Área XIX

Ciência Política, Sociologia Política, História, Relações Internacionais

e

MIRIAM CAMPELO DE MELO AMORIM

Consultora Legislativa da Área I

Direito Constitucional, Eleitoral, Municipal, Direito Administrativo,

Processo Legislativo e Poder Judiciário

DEZEMBRO/2004

NOTA TÉCNICA

© 2004 Câmara dos Deputados.

Todos os direitos reservados. Este trabalho poderá ser reproduzido ou transmitido na íntegra, desde que citados os autores e a Consultoria Legislativa da Câmara dos Deputados. São vedadas a venda, a reprodução parcial e a tradução, sem autorização prévia por escrito da Câmara dos Deputados.

Este trabalho é de inteira responsabilidade de seu autor, não representando necessariamente a opinião da Câmara dos Deputados.



Câmara dos Deputados
Praça 3 Poderes
Consultoria Legislativa
Anexo III - Térreo
Brasília - DF

ERRO EM PESQUISA ELEITORAL

1. A teoria probabilística, que fundamenta o uso de amostras para inferir características da realidade, permite cercar essas inferências de cautelas, proporcionadas pelas noções estatísticas de “margem de erro” e “intervalo de confiança”.

2. Quando a pesquisa é bem feita, de acordo com os cânones metodológicos e estatísticos, a informação por ela fornecida – por exemplo, a porcentagem dos que preferem um candidato a outro -- situar-se-á dentro de um conjunto de valores, circunscrito pela margem de erro. Assim, a estimativa provinda da pesquisa poderá, na realidade, variar, para mais ou para menos, dentro dos limites da margem de erro estipulada.

3. O intervalo de confiança é a outra medida importante, que precisa ser acoplada com a margem de erro, para podermos analisar corretamente o dado proporcionado pela amostra. Esse conceito nos diz o seguinte: se, em vez de termos realizado apenas uma pesquisa naquela população, mediante uma amostra de certo tamanho, tivéssemos feito numerosas outras, tantos por cento das amostras nos proporcionariam resultados dentro da margem de erro, enquanto outros tantos por cento, complementares, ficariam de fora dessa margem. Na prática, esse “tantos por cento” costuma ser fixado em 95% (e o complementar, em 5%), mas poderia adotar-se seja um intervalo mais estrito – 99%, por exemplo --, seja um mais frouxo – 90%.

4. Lendo, pois, uma pesquisa, pressupondo a honestidade de sua condução e a competência técnica dos pesquisadores, sabemos que o dado publicado tem uma certa probabilidade, conhecida, de abarcar o dado real da população, dentro de uma certa margem de erro. Por exemplo, a informação de que um candidato capta 25% das preferências, com margem de erro de 2,5%, e num intervalo de confiança de 95%, diz-nos que 95% das amostras de mesmo tamanho que tirássemos daquela população, aplicando-lhe o mesmo questionário, dar-nos-ia um resultado com valor entre 22,5% e 27,5%, para expressas as preferências por aquele candidato. Mas, atenção: há uma probabilidade de 5% de que das amostras nos forneçam dados fora da margem de erro!

5. Em suma, mesmo sendo a pesquisa honesta e corretamente conduzida, há uma certa probabilidade, ainda que pequena, de erro e o instituto pode, com justiça, alegar tal fato em sua defesa.

6. Outro dado importante é que o eleitorado pode ir variando as suas preferências no decorrer da campanha, até mesmo em função de fatos novos ocorridos no desenrolar da disputa.

7. Aliás, o pressuposto da propaganda eleitoral é a capacidade de mudar as preferências. Fossem elas fixas, não teria sentido gastar dinheiro e perder tempo com coisas tais como o horário eleitoral, os folhetos e cartazes, as carreatas e os comícios

8. Seria muito complicado, pois, termos um projeto que se destinasse a coibir erros sistemáticos de institutos de pesquisa nos prévias eleitorais.

9. Como medimos o erro de uma pesquisa? Confrontando-lhe a previsão com o voto efetivo. Mas uma pesquisa feita um mês antes da eleição pode refletir um momento bem diverso do momento em que se dá eleição. Como culpar o instituto que a realizou se pode ter havido real mudança na intenção de voto nesse período, mudança que o instituto pode alegar em sua defesa?

10. Pela mencionada razão, optamos por abandonar a sugestão inicial – punição ao instituto cujas previsões no ano eleitoral errem com relação ao resultado efetivo – substituindo-a pela punição aplicada ao instituto que, ao longo de três eleições consecutivas, ou de quatro intercaladas, erre as previsões feitas na semana que antecede o pleito.