

COMISSÃO DE FISCALIZAÇÃO DO CONFE

Rio de Janeiro, 12 de junho de 2022.

Um clima de desconfiança vem envolvendo as pesquisas eleitorais neste ano de 2022 com críticas, descasos e rejeições dos resultados, insistentemente veiculados na rede social e na mídia em geral. Objetivamente, a maior contribuição para o sentimento de descrença nas pesquisas é a discrepância dos resultados divulgados, por várias empresas ao mesmo tempo...

O Propósito

No texto é apresentada uma regra simples e de fácil aplicação para sinalizar a existência de resultados inconsistentes entre pesquisas confrontáveis nas eleições 2022.

A Motivação

Um clima de desconfiança vem envolvendo as pesquisas eleitorais neste ano de 2022 com críticas, descasos e rejeições dos resultados, insistentemente veiculados na rede social e na mídia em geral. Objetivamente, a maior contribuição para o sentimento de descrença nas pesquisas é a discrepância dos resultados divulgados, por várias empresas ao mesmo tempo. Nesta situação, a regra apresentada a seguir poderá desempenhar uma ferramenta útil para análise das informações.

Regra de Inconsistência

Se duas pesquisas confrontáveis, ambas com confiabilidade de 95% e margens de erro $\epsilon_1\%$ e $\epsilon_2\%$ respectivamente, divulgarem prévias eleitorais para um mesmo candidato com diferença entre elas superior à soma $\epsilon_1\% + \epsilon_2\%$, então há indício de inconsistência.

Pesquisas Confrontáveis

Diz-se que duas pesquisas eleitorais são confrontáveis se há coincidência entre três parâmetros das pesquisas: cargo eletivo (Presidente, Governador, Senador ou Deputado Federal); área geográfica da pesquisa (UF) e o período das entrevistas ao eleitor. Na atual fase eleitoral e até 15/08/2022, data limite para registro das candidaturas aos cargos eletivos, importará também a igualdade do conjunto de nomes apresentado ao eleitor (cenário). Em resumo, as pesquisas eleitorais das empresas **P** e **Q** são confrontáveis se as condições abaixo forem atendidas ao mesmo tempo;

- i. as pesquisas foram realizadas para igual cargo eletivo e numa mesma UF (inclusive Brasil);
- ii. a lista dos candidatos (cenário) ao cargo eletivo são iguais;
- iii. as pesquisas foram realizadas numa mesma semana ou períodos contíguos;

Exemplos de inconsistência

Os exemplos numéricos são reais e ocorreram na última semana de Maio/22, quando duas empresas divulgaram pesquisas confrontáveis para candidatos do 2º Turno - Cenário: Lula x Bolsonaro, com as seguintes prévias para o candidato Lula: 58,0% e 47,3% com margens de erro 2,0% e 2,2% respectivamente. A diferença $58,0 - 47,3 = 10,7$ superior a $2,0 + 2,2 = 4,2$ sugere existência de inconsistência.

A divergência extravagante 10,7% para o mesmo candidato, só pode ser explicada devido: à má escolha dos bairros/áreas pesquisadas ou à questionários mal desenhados ou às falhas na seleção do eleitor ou às entrevistas malconduzidas.

Outra pesquisa confrontável com as duas primeiras e realizada por terceira empresa apresentou prévia para o candidato Lula igual a 50,0% com 95% de probabilidade e 2,0% de margem de erro. Essa pesquisa quando confrontada com a que registrou 58,0% apresenta a diferença $58,0 - 50,0 = 8,0$ superior à soma das margens de erro $2,0 + 2,0 = 4,0$ e mais uma vez a regra se aplica, logo há indícios de inconsistência. Mas, essa mesma pesquisa quando confrontada com a que registrou prévia de 47,3% apresenta diferença e $50,0 - 47,3 = 2,7$. Nesse confronto a diferença 2,7 não supera a soma das margens de erro $2,0 + 2,2 = 4,2$, logo a regra não se cumpre. Dessa forma não há indício de inconsistência entre elas.

Comentários

A regra de inconsistência é uma relação binária, que se aplicam nas pesquisas duas a duas. Se ocorrer indícios de inconsistência, então se abrem duas alternativas: há inconsistência em ambas as pesquisas ou numa delas. Mas, não há como discernir qual alternativa é verdadeira. No exemplo trabalhamos com três pesquisas, confrontáveis duas a duas. Nas duas primeiras, as entrevistas ao eleitor foram realizadas na modalidade presencial, uma no setor censitário e a outra no fluxo da área da pesquisa e a terceira pesquisa foi realizada pelo telefone.