

CONSELHO FEDERAL DE ESTATÍSTICA

RIO DE JANEIRO, 7 de julho de 2018

A PESQUISA ELEITORAL POR TELEFONE

LUIZ CARLOS DA ROCHA
Conselheiro do CONFE

As pesquisas eleitorais cujas opiniões são obtidas por telefone, em substituição ao trabalho do entrevistador de campo, têm como principal motivação a redução do custo da pesquisa. O trabalho de campo com entrevistadores envolve a maior parte do custo operacional da pesquisa, 80 a 90% do total. Acrescentando-se ainda a limitação dos recursos para financiar campanhas eleitorais e a rapidez da consulta ao eleitor, pode-se presumir que a nova metodologia por telefone, registrada no TSE, se difundirá cada vez mais nas pesquisas eleitorais.

Mas, na pesquisa por telefone o cálculo da margem de erro e do nível de confiança perde credibilidade devido à fragilidade da base estatística usada na seleção da amostra. Segundo a descrição da metodologia, registrada no TSE, a amostra é obtida por simples sorteio de números de telefone num certo “cadastro de telefone”.

Destaque-se que a população alvo de uma pesquisa eleitoral é determinada pelo conjunto de eleitores numa certa área geográfica em conformidade com o tipo de cargo eletivo. Numa eleição para Prefeito do Rio de Janeiro o “cadastro de telefone” deveria conter os eleitores residentes na cidade; de mesma forma para Governador o cadastro consistiria de eleitores residentes no Estado. Já na eleição de Presidente da República o “cadastro de telefones” deveria conter todos os eleitores do país.

Obviamente não existe paridade entre um cadastro telefônico e a população alvo da pesquisa eleitoral. Isto porque haverá expressiva quantidade de eleitores que não possuem telefone, assim como existirão vários números de telefone associados a um só eleitor. Ademais, um cadastro telefônico incorporaria inevitavelmente grande número de perturbações; tais como: superposição de assinantes: fixos, pós-pago e pré-pago; planos corporativos; planos familiares; números abandonados, mas não cancelados; código de área (município) de assinantes com título eleitoral em outro município; área rural operando na área urbana e vice-versa; e etc.

Não se tem notícias, até o momento, da existência de cadastro de telefone de caráter institucional. Na consulta ao site da Agência Nacional de Telecomunicações-Anatel não se encontrou nenhum cadastro telefônico. Como a base da pesquisa por telefone é formada por um cadastro não institucional, então na prática cada empresa monta o seu cadastro. Assim sendo, há grande chance da pesquisa por telefone induzir procedimentos próximos de uma enquete. Que é um tipo de pesquisa eleitoral não permitida pelo TSE e, portanto não passível de divulgação.

Av. Rio Branco, n.º 277, grupo 909 - Centro - Rio de Janeiro / RJ - CEP 20.040-904 - Telefax (21) 2220-1058 1
<http://www.confe.org.br> confe@confe.org.br

Aviso de confidencialidade

Este documento do Conselho Federal de Estatística (CONFE), autarquia federal, é enviado exclusivamente a seu destinatário e pode conter informações confidenciais, protegidas por sigilo profissional. Sua utilização desautorizada é ilegal e sujeita o infrator às penas da lei. Se o(a) senhor(a) a recebeu indevidamente, queira, por gentileza, reenviá-la ao emitente, esclarecendo o equívoco.

CONSELHO FEDERAL DE ESTATÍSTICA

Na pesquisa telefônica as cotas socioeconômicas: sexo, idade, grau de instrução, nível socioeconômico e a área geográfica da pesquisa são todas preenchidas com base na informação do atendente do número sorteado. Mas, nem mesmo o código de área do número sorteado pode ser usado como referencial da área pesquisada, isto porque o código aglutina em geral vários municípios, que por sua vez são formados por diversos distritos e estes se abrem em bairros com grande dispersão socioeconômica entre eles.

Algumas empresas preferem usar entrevistadores no contato telefônico com o respondente; aplicando o questionário estruturado e codificando as respostas dadas. Outras preferem usar um sistema automatizado do tipo *Computer Assisted Telephone Interview* - CATI que escolhe ao acaso um telefone do cadastro; faz a ligação; aplica o questionário estruturado, e as respostas são codificadas pelo próprio atendente. A codificação é feita, passo a passo, durante a ligação, onde as perguntas e os códigos das alternativas de respostas são informados ao atendente de uma só vez. Um questionário completo, com todas as perguntas respondidas, é uma tarefa que demanda tempo e concentração do respondente.

Nas pesquisas por telefone o número de chamadas sem sucesso é elevadíssimo: falhas no sinal, não atendidas; interrompidas pelo atendente; momento inoportuno, atendente não interessado e etc. Suponha-se que o índice de sucesso seja de 50%, isto é, uma resposta completa para cada duas tentativas, o que é provavelmente uma hipótese bastante otimista tendo em vista as inúmeras dificuldades geradas pelo processo. Então, considerando uma recente pesquisa registrada no TSE que relatou a realização de 10.500 entrevistas pelo telefone, chega-se a conclusão que a empresa teria realizado 21.000 ligações. Assim é normal que se questione qual a distinção entre os 10.500 que responderam e os 10.500 que não responderam? Impossível fazer distinções socioeconômicas entre eles, pois somente são conhecidos os dados dos que responderam, não há como especificar o perfil socioeconômico dos não atendentes. Mas a questão aqui formulada pretende ser mais abrangente e suscitar dúvidas sobre a natureza *sociopolítico* das duas populações.

Um problema sempre presente em pesquisa de opinião diz respeito à leviandade das respostas. Mas, o descaso do respondente pode ser mais significativo no caso do telefone do que na pesquisa de campo com entrevistador. Isto por causa da dúvida em relação à fidedignidade da fonte inquiridora, a desconfiança na comunicação por telefone pode gerar insinceridade na definição do perfil socioeconômico e provocar a dissimulação da preferência eleitoral do respondente.

O baixo índice de sucesso dos contatos telefônicos juntamente com a provável queda na veracidade das respostas contribui para gerar a redução na credibilidade da pesquisa por telefone. *E é importante ressaltar que o viés da veracidade não pode ser resolvido com aumento do tamanho da amostra.*

Av. Rio Branco, n.º 277, grupo 909 - Centro - Rio de Janeiro / RJ - CEP 20.040-904 - Telefax (21) 2220-1058 2
<http://www.confed.org.br> confed@confed.org.br

Aviso de confidencialidade

Este documento do Conselho Federal de Estatística (CONFE), autarquia federal, é enviado exclusivamente a seu destinatário e pode conter informações confidenciais, protegidas por sigilo profissional. Sua utilização desautorizada é ilegal e sujeita o infrator às penas da lei. Se o(a) senhor(a) a recebeu indevidamente, queira, por gentileza, reenviá-la ao emitente, esclarecendo o equívoco.

CONSELHO FEDERAL DE ESTATÍSTICA

Por outro lado, a metodologia de cota disseminada no mercado de pesquisa de opinião, cuja metodologia nasceu no início dos anos 80, vinha sendo aplicada como única alternativa ao longo destes anos. Portanto são mais de 30 anos de experiência, onde os dados socioeconômicos e a área física coberta são selecionados com base em informações disponibilizados pelo IBGE no nível de setores censitários, estratificados e sorteados em três estágios. A difícil tarefa de abordagem ao entrevistado na pesquisa de campo é realizada por agentes treinados em estabelecer uma relação confiável com o respondente. A combinação dessas técnicas permitiu que as empresas de pesquisa de opinião desenvolvessem expertise no levantamento de campo com os entrevistadores e ao mesmo tempo gerou uma rede de micro e pequenas empresas especializadas.

Logo, o desenvolvimento da pesquisa por telefone no mercado de pesquisa de opinião pública, fundamental numa sociedade aberta, apesar de envolver menor custo e poder contar com respostas mais ágeis, acarretará certamente maiores incertezas nos resultados divulgados e implicará em dismantelar um setor especializado na atividade.

Aviso de confidencialidade

Este documento do Conselho Federal de Estatística (CONFE), autarquia federal, é enviado exclusivamente a seu destinatário e pode conter informações confidenciais, protegidas por sigilo profissional. Sua utilização desautorizada é ilegal e sujeita o infrator às penas da lei. Se o(a) senhor(a) a recebeu indevidamente, queira, por gentileza, reenviá-la ao emitente, esclarecendo o equívoco.