

Há mais nas eleições do que as pesquisas podem mensurar

Ney Lima Figueiredo

Quem acompanhou com atenção a evolução das pesquisas nesse processo eleitoral notou que elas não se caracterizam exatamente pela uniformidade e coerência. Sistemáticamente, "os dados dos três maiores institutos — DataFolha, Ibope e Gallup — brigam entre si. Apenas um exemplo para ilustrar: de 5 a 22 de outubro, o Ibope manteve Collor estável, com cerca de 32%. No mesmo período, o DataFolha registrou uma queda expressiva do mesmo candidato: de 33 para 26%.

Por que isso acontece no Brasil? E assim em toda a parte do mundo?

Não. Nos Estados Unidos, depois do grande equívoco de 1948 — quando os institutos previram erroneamente a vitória de Thomas Dewey contra Harry Truman pela disputa presidencial —, nunca mais houve um erro dessa magnitude.

É certo que, de vez em quando, há um susto. Na última eleição para a prefeitura de Nova York, os pesquisadores falavam de uma vitória tranquila do democrata David Dinkins sobre o republicano Rudolph Giuliani. A previsão era que Dinkins venceria com uma vantagem que oscilava de 14 a 18. Na hora da contagem dos votos, Dinkins ganhou pela margem apertada de 2,4%.

É evidente que fica difícil comparar os Estados Unidos com o Brasil. Lá, há um sistema partidário sedimentado, o eleitorado é mais homogêneo e o processo democrático não se interrompe há mais de duzentos anos. Todavia, essas diferenças estruturais não podem, por si só, justificar o nosso carnaval de erros. Afinal, pode existir "democracia à brasileira", mas é muito difícil que exista "pesquisa à brasileira". A ciência é uma só, e a estatística não varia de país para país.



Como explicar, então, os "equivocos" de 1985 nas eleições de Fortaleza, São Paulo e Goiânia?

Na capital do Ceará, por exemplo, Paes de Andrade, do PMDB, liderou as pesquisas durante toda a campanha. Quinze dias antes das eleições, alcançava 54,3% na preferência dos eleitores. O segundo candidato era Lúcio Alcântara, do PFL, com 22,3%. A candidata vitoriosa, Maria Luíza Fontenelle, do PT, em nenhum momento ultrapassou a barreira dos 20%. O "bruxo" Homero Sanches, que coordenava as pesquisas para o Jornal do Brasil, declarou à imprensa, logo que ficaram caracterizados os enganos cometidos: "É preciso assumir o que se estava fazendo. Não me venham com essa história de erro técnico".

Há pouco mais de vinte dias, estive nos Estados Unidos discutindo com pesquisadores americanos os problemas que enfrentamos no Brasil. Levei, basicamente, os trabalhos do Ibope e do DataFolha, que utilizam metodologia diferente. Levei, também, os

mapas do TSE sobre o eleitorado brasileiro, que contém dados sobre grau de instrução e distribuição de eleitores pelos estados. Sobre a condição sócio-econômica da população, utilizei-me do mais recente censo do IBGE.

Depois de examinarem o material, os pesquisadores americanos me disseram: "Não é fácil fazer uma pesquisa nacional sobre preferências dos votos no Brasil, onde o grosso do eleitorado é analfabeto e vive em condições de miséria. Há, também, as diferenças de costumes. É quase impossível fazer uma amostragem que represente o País todo, pois as classes sócio-econômicas não são as mesmas em São Paulo e no Piauí". Eles sugeriram que trabalhássemos com um número maior de entrevistados, fizéssemos pesquisas com mais regularidade e levássemos em conta as especificidades regionais.

Devemos considerar, também, que o fator emocional é muito importante no Brasil. Em 1988, acompanhei a campanha de Joaquim Francisco para a prefeitura do Recife. O meu maior receio era de que a deputada Cristina Tavares, que luta bravamente contra uma grave doença, falecesse antes da eleição. A exploração do acontecimento poderia ter mudado o rumo das eleições. Há precedentes na história: em 1965, um "enfarte técnico" de Carlos Lacerda quase complica a vitória de seu adversário, Negrão de Lima, na disputa pelo governo da Guanabara.

Não devemos nos esquecer que a pesquisa é como uma radiografia: ela fornece a posição do eleitorado em um determinado momento. Uma pesquisa não prevê o futuro, apenas indica a tendência dos eleitores.

Por isso, os dados de uma pesquisa devem ser lidos no contexto político em que foram colhidos. Quando a gente vai ao médico, os exames de laboratório são vistos em último lugar. Primeiro, o médico faz um exame clínico do paciente. Se um exame não bate com o outro, o bom médico fica com o exame clínico.

Com as pesquisas acontece algo semelhante. O PT, por exemplo, tem hoje cerca de 15% dos votos. Mas o "exame clínico" indica que ele é um partido de chegada, com uma militância apaixonada. Se Lula está tecnicamente empatado com alguém, é bem possível que no dia da eleição ele livre uma boa vantagem na boca de urna.

Num país onde o maior candidato não tem partido e os dois maiores partidos não têm candidatos, nada mais razoável do que repetir o ensinamento do falecido deputado mineiro, José Bonifácio de Andrada: "Barriga de mulher grávida, botija e urna é preciso abrir para se ver o que tem dentro".

Ney Lima Figueiredo é consultor de marketing político, autor do livro "Direto ao Poder — Estratégias de Marketing Político" e assessor da FIESP e da Febraban.