



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO E RELAÇÕES INTERNACIONAIS
NÚCLEO DE PRÁTICA JURÍDICA
COORDENAÇÃO ADJUNTA DE TRABALHO DE CURSO
PROJETO DE TRABALHO DE CURSO II

PESQUISAS ELEITORAIS

IMPORTÂNCIA NO RESULTADO DAS ELEIÇÕES

ORIENTANDO (A) – GEOVANA GONÇALVES DOS SANTOS

ORIENTADORA – Profa. Dra. FÁTIMA DE PAULA FERREIRA

GOIÂNIA
2023/1

GEOVANA GONÇALVES DOS SANTOS

PESQUISAS ELEITORAIS

IMPORTÂNCIA NO RESULTADO DAS ELEIÇÕES

Artigo Científico apresentado à disciplina Trabalho de Curso II, da Escola de Direito e Relações Internacionais, Curso de Direito, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUCGOIÁS).

Profa. Orientadora – Dra. Fátima de Paula Ferreira

GOIÂNIA
2023/1

SUMÁRIO

RESUMO.....	03
INTRODUÇÃO.....	04
SESSÃO I PESQUISAS ELEITORAIS E O SISTEMA (PesqEle)	
1.1 PESQUISAS ELEITORAIS.....	06
1.2 SISTEMA DE REGISTRO DE PESQUISAS ELEITORAIS (PesqEle).....	07
1.3 PESQUISAS SEM REGISTRO TENDENCIOSAS	09
SESSÃO II PROCESSO DE REALIZAÇÃO DE PESQUISAS ELEITORAIS	
2.1 PROCESSO DE AMOSTRAGEM.....	11
2.2 PROCESSO DE COLETA DE DADOS.....	12
2.3 TRABALHO DE CAMPO.....	13
SESSÃO III – VERACIDADE DA PESQUISA	
3.0 A INFLUÊNCIA DA PESQUISA ELEITORAL NAS ELEIÇÕES.....	15
3.1 A IMPORTÂNCIA DAS PESQUISAS ELEITORAIS.....	16
CONCLUSÃO.....	17
REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS	18

RESUMO ABSTRAT

INTRODUÇÃO

Observando o cenário atual, quase tão importante quanto o resultado das eleições, são as pesquisas eleitorais realizadas durante campanhas eleitorais. Na reta final da campanha eleitoral, as pesquisas sobre intenções tomam conta do noticiário e são fontes de informações importantes tanto para os candidatos quanto para os eleitores.

Pensando nisso e sabendo que o resultado de uma eleição poderá trazer enormes impactos negativos ou positivos para nosso país, percebemos o quanto é importante trazer esse assunto de forma mais aprofundada para que possamos entender que pesquisa eleitoral deve ser feita através de empresas que primeiramente sejam imparciais, não tenham ligações com partidos, candidatos ou sistema político sob nenhuma hipótese e que seja contratada através de um sistema de seleção rigoroso e sério.

Quando falamos de pesquisas eleitorais, principalmente em se tratando de eleições presidenciais, quase que de imediato percebemos a importância que deve ser tratada essa função e foi exatamente por essas razões que decidi escolher esse tema. No Brasil parece ocorrer uma certa incerteza por grande parte da população sempre que são apresentados os resultados das novas pesquisas eleitorais. Através de uma pesquisa rápida nas redes sociais percebemos que existe grande insegurança sobre o tema ou sobre as empresas que foram responsáveis pela realização da pesquisa.

Geralmente o que ouvimos falar são que as pesquisas eleitorais brasileiras se tornaram ferramentas de influência em massa da população menos informada ou daqueles que ainda não decidiram em quem votar. Percebemos também que grande parte da “velha mídia” ou “mídia convencional” tem sofrido com ataques de apoiadores de candidatos que não ficaram tão bem assim no resultado das pesquisas, esses alegam que as empresas contratadas para efetivarem as pesquisas cometem fraldes, pesquisas com perguntas tendenciosas, localizações de pesquisas que favorecem um candidato específico e até mesmo ligações com partidos políticos e etc.

Nota-se que para a democracia funcionar bem, e haja justiça, é fundamental que as organizações responsáveis pela fiscalização e contratação, sejam imparciais quanto a partidos políticos e candidatos. É necessário entender que o povo detém o poder e isso deve ser expresso de forma transparente na televisão, nas pesquisas, nas urnas, nas ruas e onde mais for necessário.

Esse trabalho teve por objetivo geral analisar como é feito as pesquisas eleitorais, observando os sistemas de registro, investigando as pesquisas autofinanciadas, confiabilidade, e a influência de votos. E por objetivos específicos: Analisar a lei de registro n 9.504/1997), a veracidade da pesquisa, e a influência de votos em pesquisas eleitorais.

As dúvidas que levaram ter interesse pelo tema foram: Qual a importância da pesquisa eleitoral nos resultados das eleições ou na condução dos candidatos? Qual o processo de realização dessas pesquisas? Quais os requisitos para se tornar uma empresa que realiza pesquisas eleitorais?

Para a confecção deste artigo científico será utilizado o método de pesquisa bibliográfica e documental. Este trabalho teve por referência os livros: eleições e pesquisas eleitorais, erros nas pesquisas eleitorais e de opinião e o livro a cabeça do eleitor.

SESSÃO I

SISTEMA DE REGISTRO DE PESQUISAS ELEITORAIS (PesqEle)

1.1 PESQUISAS ELEITORAIS

As pesquisas eleitorais tiveram início a meio século atrás, no ano de 1963, para investigar a possível continuação ou não de um governo parlamentarista que atuava na época. para um melhor entendimento, ressalta-se o TSE-GO.

Tudo começou com a renúncia do presidente Jânio Quadros, em 25 de agosto de 1961. Na época, os ministros da Guerra, aeronáutica e Marinha lançaram manifesto no qual declaravam não aceitar a substituição de Jânio pelo seu vice, João Goulart, que estava de viagem à China comunista. Uma semana após a renúncia de Jânio, o Congresso votou às pressas uma emenda que retirava os poderes da presidência, e institui o sistema parlamentarista de governo. O ato previa também a realização de uma consulta popular para saber se seria mantido ou não o parlamentarismo. (TSE-GO, P.1, 2022)

A pesquisa eleitoral é fundamental para identificar a opinião do povo Brasileiro e para acompanhar a posição de cada candidato(a) que disputa as eleições. Observa-se, que também contribui para as estratégias de marketing nas influências de votos nos mais favorecidos, e tem o principal objetivo de mover transparência sem distorções das intenções de votos da população, o TRE-GO ressalta-se que:

Mas você sabe o que é pesquisa eleitoral? É a indagação feita à eleitora ou ao eleitor, em um determinado momento, a respeito das candidatas e dos candidatos que podem disputar ou já concorrem em uma eleição. Essa ferramenta de opinião pública é utilizada por institutos ou **entidades para** verificar a preferência da eleitora ou do eleitor nos meses que antecedem um pleito. Como toda pesquisa de opinião pública, ela utiliza método científico para apurar a realidade do momento junto a segmentos representativos do eleitorado, chamados de amostra. Além de seguirem metodologias específicas, as pesquisas são obrigatoriamente registradas na Justiça Eleitoral. (TRE-GO, P.1, 2022)

Nota-se que os partidos políticos começam as pesquisas eleitorais, antes mesmo das convenções partidárias e escolhem os mais favorecidos para disputar as eleições, ou até mesmo para decidirem se vale a pena o investimento de tempo, trabalho e dinheiro. nesse mesmo sentido ressalta-se THIOLENT:

[Em função dos resultados de pesquisa, os candidatos observam se têm ou não chances de serem eleitos. Os partidos, organizadores de campanha e as empresas ou outras instituições, selecionam seus candidatos em função dessas "chances" (THIOLLENT, 1989, p.80)

Em busca de um maior conhecimento sobre o tema abordado, a pesquisa eleitoral não é fiscalizada pelo TSE ou TRE, e os mesmo não tem como obrigações publicá-las, deve ser feito meramente, um cadastro das empresas no Sistema de Registro de pesquisas eleitorais (PesqEle). O TRE Preleciona que:

Contudo, embora tais levantamentos sejam registrados na Justiça Eleitoral (JE), não é atribuição da instituição gerenciar a divulgação das pesquisas eleitorais, que também não são fiscalizadas de ofício pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) ou pelos Tribunais Regionais Eleitorais (TREs) (TRE-GO, P.1, 2022)

De fato, em anos eleitorais todos os levantamentos de pesquisas de votos devem ser obrigatoriamente publicados também no PesqEle.

1.2 SISTEMA DE REGISTRO DE PESQUISAS ELEITORAIS (PesqEle)

Todas as empresas ou entidades que se comprometerem a realizarem algum modelo de pesquisa eleitoral, são obrigadas a ter cadastro no sistema de registro de pesquisa (PesqEle) e registrar a mesma, observa-se também que deve conter todas as informações exigidas, caso tenha algum descumprimento no cadastro ou na divulgação da pesquisa, o Ministério Público, partidos políticos ou candidatos, podem fazer as impugnações.

O artigo 33 da Lei das Eleições (Lei n. 9.504/1997) dispõe que as empresas e entidades que realizam pesquisas de opinião pública relacionadas às eleições ou a candidatas e candidatos são obrigadas a registrar cada uma delas no Sistema de Registro de Pesquisas Eleitorais (PesqEle) da Justiça Eleitoral até cinco dias antes da divulgação. (TRE-GO, P.1, 2022)

O registro de pesquisa deve ser preenchido e tem a obrigação de seguir o modelo proposto, pois assim evita-se de tentarem manipular as pesquisas eleitorais através de extrair benefício próprio ou a terceiros com influência de votos. preleciona o TRE-GO:

O registro da pesquisa na Justiça Eleitoral deverá conter as seguintes informações: quem contratou a pesquisa e quem pagou, com os respectivos números no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ); valor e origem dos recursos; metodologia usada; e período de realização do levantamento. Outros dados necessários são o plano amostral e ponderação quanto a gênero, idade, grau de instrução e nível econômico do entrevistado, assim como o questionário completo aplicado ou a ser aplicado, o nível de confiança, a margem de erro da pesquisa e o nome do estatístico responsável. As regras estabelecidas para o registro e a divulgação de pesquisas eleitorais são fundamentais para evitar levantamentos fraudulentos. Essa transparência permite que as pesquisas sejam auditadas e contestadas. (TRE-GO, P. 1/2, 2022)

De acordo com Artigo 33 da Lei nº 9.504 de 30 de setembro de 1997, divulgar pesquisas eleitorais sem o devido registro na justiça eleitoral, pode gerar multa de até 106 mil reais, para os institutos de pesquisa de opinião pública, o cadastro deve ser feito até 5 dias antes da publicação da pesquisa. As penalidades abrangem também quem divulgou as pesquisas eleitorais sem o prévio registro. Nesse mesmo sentido ressaltasse o TRE-SE:

Os responsáveis pela divulgação de pesquisa sem o prévio registro na Justiça Eleitoral estão sujeitos à aplicação de multa no valor de R\$ 53.205,00 a R\$ 106.410,00 (**Lei nº 9.504/1997**, arts. 33, § 3º, e 105, § 2º). A divulgação de pesquisa fraudulenta (falsa) constitui crime, punível com detenção de seis meses a um ano e multa. (TRE-SE, P.1, 2022)

Não existe nenhuma lei até o momento que proíbe as empresas de não revelarem de onde veio o dinheiro que pagou todas as pesquisas eleitorais, ou da própria empresa patrocinar suas pesquisas, não é necessário a empresa apresentar nota fiscal ou prestar contas, desde que utilize recursos próprios, desse modo, deixando a pesquisa de origem duvidosa, resalta-se GIUSEPPE:

Bem, digamos que essa pesquisa seja paga com dinheiro de origem duvidosa ou até criminoso! Isso já seria um bom motivo para escamotear essa informação. Porém, o crime que vem chamando mais atenção nos últimos anos é o uso de pesquisas autofinanciadas para esconder o contratante. (GIUSEPPE, 2022, P.31).

Observa-se que atualmente existe muitas empresas de origem duvidosa que usa a pesquisa eleitoral afim de obter algum tipo de benefício.

1.3 PESQUISAS SEM REGISTRO E TENDENCIOSAS

Verifica-se que as pesquisas eleitorais que forem realizadas por empresas contratadas por candidatos políticos, aliados de candidatos ou até mesmo empresas privadas que tem ligação com partidos políticos tendem facilmente a ser manipuladas.

Nota-se que após as eleições, levanta-se suspeita de resultados de algumas pesquisas. Existe muitos rumores que as pesquisas atualmente têm a intenção de influenciar os votos em cima de pesquisas não confiáveis, mas nada comprovado teoricamente. Nesse mesmo sentido ALMEIDA explica:

Existem duas razões principais para que surjam controvérsias acerca dos resultados de pesquisas e sua divulgação na mídia. A primeira é que políticos, jornalistas e coordenadores de pesquisas tendem a atuar de acordo com lógicas diferentes, para não dizer opostas. segunda é que há uma suposição básica – ainda não verificada cientificamente – sobre o poder de influência das pesquisas. Costuma-se afirmar que elas influenciam o voto e, em determinadas circunstâncias, podem até mesmo definir os ganhadores e os perdedores de uma eleição. (ALMEIDA, 2015, p.122/123)

É necessário que haja imparcialidade e honestidade e é importante que as empresas de pesquisas eleitorais saibam que isso é inegociável e que elas serão responsabilizadas caso não cumpra as regras, nesse mesmo sentido ressalta-se ALMEIDA sobre a desonestidade de alguns institutos:

Devido o desconhecimento do principal objetivo das pesquisas eleitorais, o planejamento, e pelo encantamento por algo inexistente, a premonição de resultados, as eleições se tornaram um campo fértil para o aparecimento de institutos criminosos que aproveitam a inocência de muitos e a desonestidade de alguns. (ALMEIDA, 2015, p.431)

Pesquisas eleitorais são transmitidas a milhares de pessoas por meio da mídia, e tem o poder de influenciar pessoas e mudar os resultados das eleições. É fundamental que a pesquisa eleitoral seja feita com máxima responsabilidade, e tendo sempre em mente que até a maneira que essa pesquisa é anunciada, pode impactar de maneira tendenciosa aqueles aos quais é destinada.

Portanto, para obter-se as pesquisas eleitorais é necessário todo um processo de preparação que é realizado em três etapas, sendo elas o processo de amostragem, coleta de dados e trabalho de campo.

SESSÃO II

PROCESSO DE REALIZAÇÃO DE PESQUISAS ELEITORAIS

2.1 PROCESSO DE AMOSTRAGEM

Nota-se, que o processo de amostragem é um componente fundamental na pesquisa eleitoral, tendo em vista que a seleção dos entrevistados é que vai assegurar a confiabilidade da pesquisa, ou seja a seleção de pessoas aptas a votar.

O processo de amostragem refere-se a uma pequena quantidade de pessoas de uma população a ser entrevistada aleatoriamente de acordo com o grupo a ser pesquisado, ou seja, se for selecionada será tendenciosa de alguma forma, destacasse ALMEIDA:

A pesquisa por amostragem tem por objetivo, entrevistando-se uma parcela muito pequena da população que se deseja pesquisar, realizar afirmações válidas para a população como um todo. Não é preciso entrevistar uma grande percentagem de pessoas para saber com precisão o que pensa a população pesquisa sobre determinado assunto. (ALMEIDA, 2015, p. 165/166)

No processo de amostragem a quantidade de pessoas a serem pesquisadas não é relevante, mas sim o procedimento de seleção delas, a quantidade de entrevistados é definida com base nos dados da própria pesquisa, tendo em vista que cada pesquisa é única e com estáticas diferentes, evidenciasse GADELHA, OLIVEIRA, ROMÃO:

Em geral, há uma preocupação muito grande com o tamanho da amostra, e pouco se fala do método pelo qual ela é selecionada. A representatividade da amostra não se relaciona apenas com o número de pessoas que são entrevistadas, mas também com o procedimento utilizado para seleção dos entrevistados. (GADELHA; OLIVEIRA; ROMÃO, 2012, p. 25)

O método de seleção dos entrevistados tem que ser o mais específico possível e atingir todos os aptos a votar, sem distinções de gêneros ou qualquer outra divisão para obter-se resultados satisfatórios. Observa-se que para chegar

nessas proporções os institutos usam estáticas do IBGE e do TSE. preleciona-se GADELHA, OLIVEIRA, ROMÃO:

Agora, considere-se que seja adotado outro procedimento para se obter uma amostra de 8 pessoas selecionadas, de maneira aleatória, dentre o início, meio e fim da fila. Essa amostra, apesar de computar um número menor de pessoas, provavelmente forneceria uma estimativa bem mais confiável da altura média dos integrantes da fila, dado que seria composta por indivíduos de estatura baixa, média e alta. Daí a importância do método de seleção da amostra para a qualidade dos resultados. (GADELHA; OLIVEIRA; ROMÃO, 2012, p. 26)

Ou seja, não é necessário perder tempo e dinheiro entrevistando várias pessoas de forma aleatória, e sem confiabilidade nenhuma, pois existe o método de amostragem em conjunto com o de coleta de dados, para gerar segurança e economia de tempo e dinheiro

2.2 COLETA DE DADOS

Antes mesmo de começar o processo de coleta de dados é necessário esboçar um questionário de acordo com a pesquisa a ser levantada, a pesquisa pode ser feita por telefone, redes sociais, correspondência e pessoalmente, deve-se escolher a forma mais confiável para alcançar o resultado, preleciona GADELHA, OLIVEIRA, ROMÃO:

Tendo identificado o objetivo e a população do estudo, é necessário definir o instrumento de coleta de dados a ser utilizado para captar as informações da amostra projetada. O instrumento de coleta comumente utilizado nas pesquisas eleitorais é o questionário de pesquisa estruturado. Esse instrumento consiste em uma série de perguntas, que podem ser de caráter fechado ou aberto, definidas de acordo com os objetivos do levantamento. (GADELHA; OLIVEIRA; ROMÃO, 2012, p. 26)

Nota-se, que no processo de coleta de dados os formulários seguirão os métodos qualitativos ou quantitativos, e com base nessas informações, é criado o questionário, mas sempre haverá erros, toda a equipe deve estar bastante focada

e fiscalizada para que esses erros sejam poucos e não comprometam toda a pesquisa, Ressalta-se ALMEIDA:

A coleta de dados é uma operação complicada, na qual inúmeros detalhes devem ser sistematicamente ensinados a entrevistadores e supervisores e rigorosamente cumpridos. Não se trata de eliminar 100% dos erros. Chega a ser inclusive difícil de imaginar que um instituto de pesquisa que faça, por exemplo, numa campanha eleitoral, apenas dez pesquisas de mil questionários, aplicando, portanto, dez mil questionários, não tenha um questionário sequer preenchido erradamente por um entrevistador. Sempre haverá erros de preenchimento. O que o coordenador da pesquisa precisa se certificar é de que esses erros sejam poucos. (ALMEIDA, 2015, p. 257/258)

Verifica-se, que no processo de coleta de dados é definido os métodos e estratégias que serão seguidos, assim ficará tudo definido para começar o trabalho de campo de forma adequada.

2.3 TRABALHO DE CAMPO

Verifica-se que o trabalho de campo é o mais importante do processo para obter-se uma pesquisa satisfatória, portanto é necessário deixar os dados dos questionários bem-organizados para não haver conflitos, relevasse ALMEIDA:

trabalho de campo é o momento em que os pesquisadores entrevistam os integrantes da amostra. Essa etapa deve ser considerada uma das mais importantes em uma pesquisa de opinião. É nessa fase que podem surgir erros não oriundos diretamente da metodologia da pesquisa, mas de sua aplicação em campo. São os chamados erros não amostrais. Além das conhecidas fontes de imprecisão, como dados secundários defasados, questionários inadequados etc., esses erros ocorrem quando os dados amostrais são coletados, registrados ou analisados incorretamente. Esse tipo de erro é não mensurável, diferentemente do *erro amostral*, que é estimado conforme o desenho da amostra. (GADELHA; OLIVEIRA; ROMÃO, 2012, p.27)

O trabalho de campo é feito em grupo, e os dois lados recebem treinamentos para que a porcentagem de erros seja a menor possível, é necessário ter muita

flexibilidade na hora de fazer as abordagens, portanto os supervisores estão ali a fim de evitar qualquer tipo de erro, as perguntas devem ser feitas de forma ordenada para que os resultados não sejam prejudicados. realçasse ALMEIDA:

As equipes de campo compõem-se de dois tipos de profissionais: entrevistadores e supervisores. Os primeiros apenas aplicam os questionários, enquanto os supervisores fiscalizam seu trabalho. Esses dois tipos de profissionais recebem treinamento diferenciado, passando os supervisores por um processo de seleção mais rígido no qual a correção ética é um traço fundamental. (ALMEIDA, 2015, p. 258)

Existe algumas regras que regulam o trabalho de campo, para que a pesquisa não seja influenciada ao erro, como por exemplo: não entrevistar grupos de pessoas, ou deixar de entrevistar alguém por conta da aparência ou gênero sexual.

Observa-se que uma pessoa mal-intencionada pode acabar comprometendo toda a pesquisa a fim de beneficiar a si mesmo ou a terceiros, com o intuito de influenciar as pessoas. destacasse ALMEIDA:

Ainda no caso de pesquisas eleitorais, há sempre o risco de cabos eleitorais e militantes de determinados candidatos saberem que uma pesquisa está sendo realizada em determinado local e iniciarem algum evento de campanha com a intenção de influenciar a pesquisa. Mais uma vez, deve-se mudar o local de coleta de dados. (ALMEIDA, 2015, p. 270)

Dessa forma, deve-se evitar pesquisas em eventos, e locais muito aglomerados, e os superiores devem estar bastante atentos para que não haja nenhuma forma de manipulação de terceiros.

SESSÃO III

VERACIDADE DA PESQUISA

3.0 INFLUÊNCIA DA PESQUISA ELEITORAL NAS ELEIÇÕES

Nota-se que a população tem uma convicção que pesquisas as eleitorais podem definir ganhadores ou perdedores na política, ou pelo menos, influenciar votos. assemelha também na sociedade uma certa desconfiança na imparcialidade dos institutos de pesquisas responsáveis pelas pesquisas eleitorais realizadas durante o processo eleitoral brasileiro e na divulgação de informações pelos portais de mídia.

Percebe-se, que nas eleições na Bahia em 2006 constata-se claramente um certo equívoco nas pesquisas eleitorais, pois apresenta ter ocorrido alguma tentativa de manipulação da massa por meios de comunicações, tendo em vista, que houve uma diferença no decorrer da pesquisa e mais ainda no resultado.

“Entre muitos exemplos de possibilidade de manipulação, podemos citar o caso das eleições de 2006 na Bahia. O então candidato da situação, Paulo Souto, apoiado por Antonio Carlos Magalhães (DEM), aparecia a poucos dias das eleições com mais de 70% das intenções de voto, enquanto Jaques Wagner tinha apenas 13%. No entanto, Jaques Wagner ganhou no primeiro turno. Como explicar? Para o governador eleito, todas as pesquisas que indicavam uma diferença substancial entre as duas candidaturas eram falsas. Ele atribuiu o fato à manipulação das pesquisas dos meios de comunicação controlados por Antônio Carlos Magalhães (como se sabe, ACM era detentor da maioria dos meios de comunicação da Bahia, como rádios, jornais e canais de televisão).” (MENEZES, 2022, P. 28)

Mesmo ciente que parte dos eleitores não serão influenciados por pesquisas tendenciosas, uma parcela da sociedade aceita ser influenciada, podendo comprometer todo o resultado das eleições

Ao discutir se pesquisas influenciam ou não o eleitorado na hora de votar, o autor mostra como a decisão do voto é muito mais complexa, definindo o comportamento eleitoral como “síntese de múltiplas determinações”, ou seja, a pesquisa de opinião e eleitoral é importante, mas é um recurso metodológico e um instrumento que possibilita uma informação a mais competindo no “mercado de notícias”. Diversos estudos têm demonstrado que os eleitores não são tão passíveis, que há motivações psicológicas, políticas e econômicas desse processo de aceitação e/ ou rejeição de determinados partidos e candidatos. Existe uma parcela do

É necessário que o cidadão tenha acesso a informações limpas e imparciais, a fim de votar sem nenhuma influência, pois as pesquisas eleitorais são extremamente importantes.

3.1 A IMPORTÂNCIA DAS PESQUISAS ELEITORAIS

Percebe-se que as pesquisas eleitorais têm o grande papel de transparecer para o eleitor as intenções de voto da população para uma tomada de decisão correta, sem ilusões ou decisões precipitadas, além de permitir discutir outros assuntos políticos que rodeia o processo eleitoral

A importância das pesquisas eleitorais vem crescendo entre nós, especialmente desde a introdução do sistema de dois turnos nas eleições de prefeitos, governadores e do presidente da República. Ao mesmo tempo em que se intensifica a polêmica sobre a influência das pesquisas nos resultados das votações, aumenta a confiança do eleitorado nas informações divulgadas pelos institutos de pesquisas. Para o autor, esse crescimento se deve à elevação do nível de qualidade do trabalho desenvolvido pelos institutos; diferentemente do que ocorre com outros tipos de pesquisas de opinião pública, no caso das pesquisas eleitorais - especificamente as pesquisas de "boca de urna" - o resultado da votação serve de parâmetro para aferir a qualidade das pesquisas, tornando, portanto, muito arriscada a manipulação de dados em favor de um determinado candidato. As pesquisas eleitorais são um meio útil à tomada de decisões por parte de eleitores e candidatos. (Biblioteca Digital da Justiça Eleitoral)

Observa-se que as pesquisas eleitorais servem para diversas ocasiões, como por exemplo partidos que levantam pesquisas a fim de perceber quem são os candidatos favoritos para tomar possíveis decisões sobre a campanha.

Nota-se que as pesquisas eleitorais também identificam regiões que o candidato está mais fraco ou mais forte, permitindo-o fazer investimentos, marketing e divulgações sobre ele mesmo, a fim de atingir seu objetivo.

CONCLUSÃO

Portanto é importante que os eleitores tenham acesso a informações limpas de qualquer conceito ideológico partidário, tendo em vista, que é direito do cidadão poder colher informações transparentes e ter a opção de decidir em qual candidato votar sem qualquer transferência de viés partidário, independentemente da quantidade de votos que isso represente. Deve-se a ter total imparcialidade nas entrevistas para pesquisas eleitorais sem a intenção de influenciar o eleitor em seu voto. Além disso é preciso acompanhar e estudar os locais de realização de pesquisas afim de evitar alcançar apenas públicos segmentados.

Levando-se em consideração esses aspectos, é necessário que toda pesquisa seja cuidadosamente fiscalizada e registrada no PesqEle para não haver nenhum tipo de manipulação, que possa influenciar os eleitores em suas decisões. O processo de amostragem, coleta de dados e trabalho de campo deve ser feito minuciosamente fiscalizado, para não haver nenhum tipo de fraude de terceiros e para que as porcentagens de erros seja a menor possível. Além disso o processo de fiscalização e auditoria deve ser feito rigorosamente junto aos institutos de pesquisa para que dessa forma as empresas de pesquisas além de entregar um trabalho imparcial e honesto, também possam saber que de fato existe punições previstas para infratores.

Portanto, é preciso estabelecer regras, abranger a lei para uma punição mais rigorosa ou até mesmo criar conselhos para regulamentar a forma como é feita as pesquisas no Brasil. Deve-se exigir requisitos Mínimos para que empresas possam levantar pesquisas em época de eleição. Os requisitos básicos sugeridos poderia ser: constituir uma empresa, seus sócios não poderiam ter vínculos com nenhum partido político e não ser pessoas politicamente expostas. O processo de pesquisa política não poderia ser financiado por pessoas ou empresas que tenham envolvimento com o sistema político em nenhum nível. A empresa deve estar em dia com todos os seus compromissos fiscais.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Carlos Alberto. **a cabeça do eleitor: estratégia de campanha, pesquisa e vitória eleitoral**. 1. ed. Rio de Janeiro, Record LTDA, 2015.

BUSINESS SCHOOL, **Como funciona a pesquisa eleitoral? Conheça as regras**, Disponível em: Disponível em: <https://fia.com.br/blog/como-funciona-a-pesquisa-eleitoral-conheca-as-regras/> acesso em: 03/03/2022.

CLAUDIO SHIMOYAMA. **Importância das pesquisas nas campanhas eleitorais**, Disponível em: <https://datacenso.com.br/artigo/importancia-das-pesquisas-nas-campanhas-eleitorais/> acesso em: 29/11/2022.

CONSULTOR JURIDICO. **A multa por pesquisa eleitoral sem registro e a sua inaplicabilidade aos eleitores**, Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2022-jan-20/teixeira-multa-divulgacao-pesquisa-eleitoral-registro>, acesso em: 26/11/2022.

DATA GOAL, **O que é coleta de dados em pesquisa?** Disponível em: <https://www.datagoal.com.br/coleta-de-dados-em-pesquisa/> acesso em: 04/03/2022.

G1, **Para que servem as pesquisas eleitorais?** Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/08/15/para-que-servem-as-pesquisas-eleitorais.ghtml> acesso em: 29/03/2022

G1. **Pesquisas eleitorais: o que é amostra, margem de erro e nível de confiança**, Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2020/noticia/2020/10/02/pesquisas-eleitorais-o-que-e-amostra>

GIUSEPPE, Marcelo Di. **Você não entende nada de PESQUISAS ELEITORAIS**. 1. Ed. 1. [S.L.] [S.N.] 2022.

IBPAD, **PESQUISA ELEITORAL PARA QUE SERVE** Disponível em: <https://ibpad.com.br/politica/para-que-serve-pesquisa-eleitoral/> acesso em: 29/03/2023

JUS BRASIL. **Artigo 33 da Lei nº 9.504 de 30 de setembro de 1997**, Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/topicos/11278561/artigo-33-da-lei-n-9504-de-30-de-setembro-de-1997>, acesso em: 26/10/2022.

JUS BRASIL. **Você sabe a diferença entre enquête, sondagem e Pesquisa Eleitoral?** Disponível em: <https://samaraohanne.jusbrasil.com.br/artigos/769567484/voce-sabe-a-diferenca-entre-enquete-sondagem-e-pesquisa-eleitoral>, acesso em: 27/11/2022.

KHAN ACADEMY. **Revisão dos métodos de amostragem**, Disponível em: <https://pt.khanacademy.org/math/statistics-probability/designing-studies/sampling-methods-stats/a/sampling-methods-review>, acesso em: 29/11/2022.

NERIT POLÍTICA, **Pesquisa eleitoral: como fazer**, Disponível em: <https://neritpolitica.com.br/blog/como-fazer-uma-pesquisa-eleitoral/> acesso em: 04/03/2022.

NEW BRASIL. **Pesquisas eleitorais: como funcionam e por que nem sempre acertam resultado final**, Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/www.bbc.com/portuguese/brasil-62341545.amp>, acesso em: 30/09/2022.

TERRA. **MPF investiga fraudes em pesquisas autofinanciadas quase 2/3 das registradas no TSE**. Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/www.terra.com.br/amp/noticias/eleicoes/mpf->

investiga-fraudes-em-pesquisas-autofinanciadas-quase-23-das-registradas-no-tse,bda3ba07bb0878fd43a8582f16a5434ce95odsiy.html, acesso em: 28/09/2022.

THIOLLENT, Michel. **Pesquisas eleitorais em debate na imprensa**. V. 32. São Paulo, Cortez 1989.

TN ONLINE. **Ministério Público apura fraudes em pesquisas eleitorais autofinanciadas**, Disponível em: <https://tnonline.uol.com.br/noticias/politica/ministerio-publico-apura-fraudes-em-pesquisas-eleitorais-autofinanciadas-681088?d=1>, acesso em: 28/09/2022.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL-PI. **Das Convenções**. Disponível em <https://www.trepi.jus.br/partidos/duvidas-frequentes/das-convencoes>, acesso em: 29/09/2022.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL SE. **Divulgar Pesquisas Eleitorais sem prévio registro pode gerar multa de até R\$ 106 mil**, disponível em: <https://www.tre-se.jus.br/comunicacao/noticias/2020/Janeiro/divulgar-pesquisas-eleitorais-sem-previo-registro-pode-gerar-multa-de-ate-r-106-mil>, acesso em: 26/10/2022.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL-AL. **Pesquisas eleitorais: você sabe o que são?** Disponível em: <https://www.treal.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Junho/pesquisas-eleitorais-voce-sabe-o-que-sao>, acesso em: 16/11/22.

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL-GO, **Pesquisas eleitorais: você sabe o que são?**, Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Junho/pesquisas-eleitorais-voce-sabe-o-que-sao> acesso em: 22/03/2022

TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL-GO. **Pesquisas eleitorais devem ser registradas até esta segunda-feira (26)**, Disponível em: <https://www.tre-go.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Setembro/pesquisas-eleitorais-devem-ser-registradas-ate-esta-segunda-feira-26>, acesso em: 16/11/2022.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **50 anos da primeira consulta popular nacional realizada no Brasil**, Disponível em: <https://www.tse.jus.br/o-tse/escola-judiciaria-eleitoral/publicacoes/revistas-da-eje/artigos/revista-eletronica-eje-n.-2-ano-3/50-anos-da-primeira-consulta-popular-nacional-realizada-no-brasil>, acesso em: 29/11/2022.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **50 anos da primeira consulta popular nacional realizada no Brasil**, Disponível em: <https://www.tse.jus.br/o-tse/escola-judiciaria-eleitoral/publicacoes/revistas-da-eje/artigos/revista-eletronica-eje-n.-2-ano-3/50-anos-da-primeira-consulta-popular-nacional-realizada-no-brasil>, acesso em: 08/11/2022.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Divulgação de pesquisas eleitorais não é atribuição da Justiça Eleitoral**, disponível em: <https://www.tregojus.br/comunicacao/noticias/2022/Setembro/divulgacao-de-pesquisas-eleitorais-nao-e-atribuicao-da-justica-eleitoral>, acesso em: 30/09/2022.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Eleições 2022. **enquetes e sondagens estão proibidas a partir de 15 de agosto**, Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Julho/eleicoes-2022-enquetes-e-sondagens-estao-proibidas-a-partir-de-15-de-agosto>, acesso em: 08/11/2022.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. **Pesquisas eleitorais devem ser registradas no TSE a partir de janeiro**, Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2021/Dezembro/pesquisas-eleitorais-devem-ser-registradas-no-tse-a-partir-de-janeiro>, acesso em: 25/11/2022.