

Pedro Magalhães

Sondagens, Eleições e Opinião Pública

Ensaio da Fundação

*Para Mário Lages e José Luís Santos Lima,
com admiração e amizade*

Índice

1. Que livro é este?	11
2. Tomar o todo pela parte	22
3. Amostragem: da teoria para a prática	38
4. Perguntas e respostas	65
5. Afinal, para que servem as sondagens?	89
6. Conclusão	106
Leituras	108

1. Que livro é este?

Experimentem pesquisar a expressão “dos portugueses”, assim mesmo, entre aspas, no Google News. Foi o que fiz num dia do ano de 2010 em que comecei a escrever estas linhas. Apareceu muita coisa, mas os títulos que me chamaram mais a atenção, todos referentes a notícias de uma única semana, foram estes: “55 % dos portugueses não usam a Internet”; “70 % dos portugueses não confiam nas instituições do governo”; “78 % dos portugueses esperam mais aumentos de impostos”; “50 % dos portugueses não farão férias este ano”; “Maioria dos portugueses vive com menos de 900 € por mês”; “91 % dos portugueses dizem que a pobreza aumentou no último ano”; e “Portugueses são dos menos interessados em ciência e tecnologia”. Além da mensagem genericamente pessimista que transmitem, é fácil perceber a outra coisa que têm em comum: todas estas notícias se referem a resultados de inquéritos amostrais, mais conhecidos por “sondagens”.

Por estes dias, qualquer pessoa que esteja minimamente exposta aos meios de comunicação social acaba por ser bombardeada constantemente com resultados de sondagens. Parece exagero, mas não é. É certo que a maior parte das sondagens de cuja existência nos damos conta são as que têm que ver com assuntos políticos e eleitorais. Vários estudos sobre a cobertura noticiosa das campanhas eleitorais em Portugal mostram que os

resultados de sondagens são dos temas mais abordados, acima dos debates entre os líderes partidários ou até — imagine-se — de quaisquer temas substantivos ligados a políticas económicas e sociais. Mas a verdade é que as sondagens estão também na base de muitas outras notícias sobre muitos outros temas, mesmo quando disso não nos apercebemos.

Quando um diário de assuntos económicos, citando dados do Instituto Nacional de Estatística (INE), anuncia que o “índice de produção industrial acelerou”, a maior parte das pessoas não perde muito tempo a pensar de onde terá vindo esta informação ou como se terá chegado a esta conclusão. Vejamos. Para realizar o Inquérito Mensal à Produção Industrial, o INE parte de uma lista completa das empresas industriais portuguesas para seleccionar uma amostra, ou seja, uma pequena parte da totalidade das empresas industriais, utilizando procedimentos que tentam assegurar que essa amostra seja representativa da totalidade. Elabora um questionário, que visa obter informação sobre coisas como as quantidades produzidas e vendidas de determinadas classes de produtos e o valor das vendas. Aplica esse questionário, fazendo-o chegar às empresas seleccionadas e solicitando resposta por parte de um representante dessa empresa, por via postal ou electrónica. Chegadas as respostas, alguém as colige e agrega numa base de dados, que depois é sujeita a vários tratamentos de forma a poder responder a algumas questões fundamentais. A actividade industrial cresceu ou diminuiu em relação ao mês anterior? O que significa isso para a evolução da média anual? Em que tipo de bens se deram maiores alterações? Reflectem elas mudanças reais na actividade industrial, ou meros efeitos de sazonalidade (época natalícia, por exemplo) ou de calendário (início ou fim do ano civil)?

O que acabo de descrever é o conjunto de procedimentos que define o que é uma sondagem. E quem fala do Inquérito Mensal à Produção Industrial poderia falar da maior parte da informação estatística gerada pelos organismos oficiais. São raros os estudos deste género que se baseiam em recenseamentos, ou

seja, na recolha de informação junto de todos e cada um dos indivíduos, empresas ou organizações existentes em Portugal. Pelo contrário, a maior parte da informação estatística nacional resulta de inquéritos amostrais. As sondagens estão na base da maior parte das informações quantitativas de que dispomos sobre o nosso país e sobre a nossa sociedade.

Suponho que alguns leitores irão franzir o sobrolho a esta utilização indiferenciada dos termos “sondagem” e “inquérito amostral”, mas é deliberada. A convenção dita que o termo “sondagem” — ou o seu equivalente em inglês, *poll* — seja reservado para trabalhos conduzidos para meios de comunicação social sobre temas de actualidade, na maior parte dos casos, temas com implicações políticas. Quem tenciona votar neste ou naquele partido? Qual a popularidade do primeiro-ministro ou dos líderes dos partidos da oposição? O que acham os eleitores desta ou daquela decisão política? Já a expressão “inquérito amostral” ou “inquérito por amostragem” — *survey*, em inglês — costuma ser reservada para estudos académicos ou governamentais, sejam os que recolhem opiniões e atitudes dos cidadãos sejam os que se dedicam a recolher informação factual.

Contudo, não creio que se ganhe muito em insistir nesta distinção. É certo que aquilo a que normalmente se chama “sondagens”, pela natureza dos temas que tratam e pela rapidez com que têm de ser conduzidas para servirem a agenda dos meios de comunicação social, costuma exibir determinadas características técnicas e metodológicas distintas das dos inquéritos amostrais governamentais ou académicos. Mas estamos a falar de diferenças de grau, e não de espécie. Não existe uma diferença intrínseca entre esses tipos de trabalhos ou entre os métodos e técnicas que utilizam. De resto, há inquéritos de natureza académica ou governamental que, infelizmente, são feitos com amostras de dimensão relativamente reduzida e recursos limitados. Muitos medem atitudes e opiniões de indivíduos sobre temas que facilmente entrariam num alinhamento noticioso. E há sondagens conduzidas para os meios de comunicação social

que utilizam grandes amostras e recursos humanos, logísticos e financeiros consideráveis, tratando temas que facilmente encontramos abordados em revistas científicas e académicas e recolhendo informação de natureza factual junto de indivíduos ou organizações.

A distinção entre sondagens e inquéritos amostrais pode obscurecer as coisas mais do que as clarifica. Afinal, em ambos os casos, faz-se uma inferência, ou seja, utiliza-se uma parte da realidade que se consegue observar (uma amostra) para generalizar sobre algo que não se observa (as características da totalidade de uma população). Em ambos os casos, são utilizados questionários, que solicitam de alguém informação objectiva ou percepções e atitudes subjectivas. Em ambos os casos, essa informação obtida de forma individual tem de ser tratada e processada. E em ambos os casos, as inferências que se façam da amostra para a população estão sujeitas a erros. Um desses erros — o erro amostral — decorre inevitavelmente do facto de se usar uma parte — a amostra — para dizer coisas sobre um todo, e é sobre ele que falaremos no próximo capítulo. Outros erros têm outras causas. Basta pensarmos no já mencionado Inquérito Mensal à Produção Industrial do INE para percebermos que fontes adicionais de erro poderão ser essas. O que sucederia, por exemplo, se a lista das empresas portuguesas da qual é extraída a amostra estivesse incompleta? E se, apesar da obrigatoriedade de resposta aos inquéritos do INE, houvesse uma parte das empresas seleccionadas que optasse por não responder à totalidade ou a parte do inquérito? E se algumas empresas inquiridas fornecessem, voluntária ou involuntariamente, informações erradas sobre o seu volume de vendas? E se diferentes empresas, ao solicitarem informação adicional sobre como responder às questões, recebessem, por acidente, esclarecimentos ambíguos ou contraditórios? E se o inquérito postal e o inquérito *online* utilizados fossem ligeiramente diferentes, ou suscitassem, pela natureza do suporte utilizado, diferentes reacções por parte dos inquiridos? E se houver erros no tratamento

dos dados? E como garantir que a leitura e a interpretação dos resultados finais são aquelas que são verdadeiramente autorizadas pelos dados, e não leituras erróneas e equívocas? Não é preciso muita imaginação para perceber que, mesmo quando são dedicados enormes esforços e recursos para a realização de um inquérito, todas as situações hipotéticas descritas acima podem realmente ocorrer. E, se assim for, as inferências que façamos dos resultados desse inquérito para a população vão estar sujeitas a erros. A possibilidade de que estes erros — evitáveis uns, incontornáveis outros — ocorram são, afinal, comuns a inquéritos e sondagens, independentemente do nome que lhes queiramos dar.

Não se trata apenas de uma questão de cometer ou evitar “erros”. A decisão de realizar uma sondagem sobre um determinado tema é apenas a primeira de muitas decisões que se têm de tomar até que os seus resultados finais se tornem conhecidos. E nem todas as decisões são da mesma natureza. Num certo sentido, fazer uma sondagem é como tirar uma fotografia. Quando queremos tirar uma fotografia, há decisões que, independentemente de quaisquer condicionalismos, serão pura e simplesmente certas ou erradas. Tirar fotografias com a lente tapada ou apontar para uma coisa quando queremos fotografar outra são duas decisões obviamente erradas em quaisquer circunstâncias. Já outras decisões serão certas ou erradas dependendo daquilo que queiramos fotografar e das condições em que o fazamos. A abertura do diafragma e a velocidade do obturador correctos dependem do objecto a fotografar — da sua velocidade e distância — e das condições de luminosidade. Outras decisões ainda tornam-se “certas” ou “erradas” dependendo de diferentes ponderações na utilização de recursos, que são sempre, obviamente, finitos. Uma máquina fotográfica que nos custe 1000 € poderá naturalmente obter fotografias de muito maior qualidade que uma máquina que nos custe 100 €. Mas usar uma ou outra é “certo” ou “errado” dependendo do objectivo: queremos uma fotografia para um passaporte ou para um