

Caro Sr Honório Novo

Tomo a liberdade de usar este meio para lhe responder já que teve a amabilidade de indicar o seu endereço de e-mail no fax que me enviou.

Sobre o conteúdo do seu fax verifico que existem alguns considerandos aos quais procurarei responder.

Antes de mais convenhamos que uma sondagem é uma forma aproximada de conhecer ou de auscultar um Universo e que tem limitações de várias ordens, limitações essas que são sobejamente conhecidas. Por esse motivo a realização e sobretudo a divulgação de sondagens é regulada por uma lei específica que procura acautelar aspectos fundamentais para garantir que as sondagens não são utilizadas ou publicadas de forma indevida. De entre as obrigações legais indico a que obriga à certificação das empresas que realizam sondagens destinadas a ser publicadas e a obrigatoriedade do seu depósito prévio na AACCS e também a obrigatoriedade de publicar uma ficha técnica sobre a metodologia utilizada.

Existem vários factores que podem condicionar os resultados de uma sondagem e, de entre esses, refiro os seguintes:

1. O erro de amostragem associado ao próprio valor medido e ao tamanho da amostra.
2. A representatividade da amostra seleccionada que tem a ver com a forma como são escolhidos os elementos da amostra
3. A defasamento temporal entre a sondagem e o acto eleitoral e a própria diferença entre a natureza das coisas medidas num e noutro caso
4. A legítima recusa do entrevistado em responder às questões colocadas que reduz de forma irreparável a elegibilidade de certos elementos do Universo.

Existem outros aspectos os quais não vou detalhar por serem mais ou menos controláveis ou por terem a ver com procedimentos ou normas adoptadas pelas empresas de sondagens: entre eles refiro o questionário utilizado, a qualidade e preparação dos entrevistadores, etc.

O erro amostral

Dos quatro factores principais acima referidos, na verdade, apenas o erro referido no ponto 1 pode ser controlado e, mesmo assim, associado a uma probabilidade. Quando dizemos que uma percentagem de 5,2% numa sondagem com 271 pessoas tem associado um erro de 2,7% com uma probabilidade de 95%, isso significa que existe uma probabilidade de 5% (100%-95%) de que esse erro seja ultrapassado. Refiro estes valores por serem exactamente aqueles que foram produzidos pela Marktest no concelho de Matosinhos. Ou seja, neste caso, aceita-se que o resultado de 5,2% esteja entre 5,2% +2,7% e 5,2% -2,7%. Na verdade o valor para a CDU verificado nas urnas ultrapassa o limite superior deste intervalo. O que em boa verdade até pode ser

explicado pela margem de erro; significa que estamos perante uma probabilidade de ocorrência baixa, inferior a 5% , mas possível!

Mas esta é apenas uma pequena parte e só um aspecto da questão; apenas consideramos uma face das sondagens e as outras são bastante mais complicadas e menos controláveis.

Vamos falar então da representatividade da amostra. Será que a amostra seleccionada pelas Marktest é representativa dos eleitores de Matosinhos? Estamos muito longe disso e a resposta é que não é representativa pelas razões que passo a apresentar.

A representatividade da amostra

a) a entrevista foi realizada pelo telefone, para a rede fixa. Ora nem todas as pessoas tem rede fixa no lar. Em muitos casos não houve resposta ao primeiro contacto telefónico; noutros casos houve recusa em dar a entrevista . De tal forma que no apuramento final do trabalho realizado em Matosinhos se verificou o seguinte:

- Foram utilizados 3804 números de telefones, e realizado um total de 4603 contactos telefónicos.
- Realizou-se uma média de 11.3 contactos telefónicos por entrevista e conclui-se que :
- 354 foram concluídas à 1ª tentativa
- 44 foram concluídas à 2ª tentativa
- 9 foram concluídas à 3ª tentativa
- Do total de 4603 contactos telefónicos realizados 407 resultaram em entrevistas concluídas, tendo sido anuladas 5 entrevistas posteriormente; os restantes contactos resultaram nas seguintes situações que passamos a enumerar:

COMUNICAÇÃO ESTABELECIDA	1495	32,5%
NÃO SELECIONAVEIS	867	
FORA DO UNIVERSO	124	
FORA DE QUOTAS	88	
AUSENCIA	655	
ENTREVISTA SOLICITADA	628	100,0%
RECUSA OU DESISTENCIA	221	35,2%
ENTREVISTA EFECTUADA VALIDA	402	64,0%
ENTREVISTA EFECTUADA NÃO VALIDA	5	
COMUNICAÇÃO NÃO ESTABELECIDA	3108	67,5%
INTERRUPÇÃO DURANTE A COMUNICAÇÃO	7	
INTERROMPIDO	371	
NÃO ATENDERAM	1855	
ATENDEDOR AUTOMÁTICO	169	
FAX	27	
AVARIAS	64	
DESLIGADOS/NÃO ATRIBUÍDOS	615	

b) A entrevista foi realizada a eleitores recenseados e não a eleitores votantes. Isto significa que terá havido pessoas a dar opinião sobre a intenção de voto e que não foram votar; e outras pessoas que disseram que não iriam votar e acabaram por ir.

c) A selecção das pessoas recaiu sobre as pessoas que se encontravam no lar no momento da entrevista e não sobre a totalidade das pessoas que residiam no lar .

Perante esta situação não se pode falar de representatividade. A representatividade deriva da observância de uma lei estatística elementar que obriga a que cada elemento do universo tenha a mesma probabilidade de ser seleccionado para a amostra. Na prática, isso nunca acontece. A forma de obviar esta falha consiste no recurso a quotas isto é tentar ajustar a composição da amostra á composição do universo no que diz respeito a algumas variáveis passíveis de controlo como seja o sexo e a idade. Mas isto não assegura a representatividade e, sobretudo não garante que a forma atrás indicada de se calcular o erro possa ser aplicada. Na verdade ela não devia ser aplicada.

O desfasamento entre a sondagem e o acto eleitoral

Este é um outro aspecto muitas vezes ignorado. Não se podem comparar coisas que não são comparáveis. A intenção de voto é uma mera opinião enquanto que o voto é um comportamento. E nada obriga que um tenha que ser igual ao outro. As opiniões mudam e não vinculam; os comportamentos são objectivos e irreversíveis.

Aliás as sondagens podem influenciar o comportamento dos eleitores. A reflexividade entendida como condicionamento provocado pelo conhecimento antecipado da previsão de um resultado não pode ser ignorado.

A legitima recusa dos entrevistados em responder às questões colocadas.

Nada obriga os entrevistados a responder às questões de um inquérito. E se acontecer existir uma correlação entre a recusa e a opção de voto, então isso provocará seguramente um desvio nos resultados.

Para terminar quero apenas expressar-lhe dois sentimentos

a) Que aqui na Marktest conhecemos as limitações das sondagens (a experiência de 25 anos sempre conta alguma coisa!) e nos esforçamos por fazer o melhor trabalho e de forma totalmente independente.

b) As sondagens não são o negócio da Marktest pois elas representam menos de 0,5% da sua facturação anual. Aceitamos fazê-las porque sendo a maior empresa de estudos de mercado em Portugal não podemos recusar esse desafio. Mas, de alguma forma, as sondagens também são aqui vistas como se de um serviço público se tratasse.

Envio conhecimento desta resposta para o JN e TSF e, caso me envie por e-mail a sua carta, irei publicá-la (se a isso me autorizar!) juntamente com esta resposta no nosso

site da Internet, no *dossier* autárquicas. Também nada tenho a opor sobre a publicação destes documentos no JN ou na TSF.

Melhores cumprimentos

Luís Queirós

lqueiros@marktest.pt

tel. +351 213470866