

O Controle metodológico como meio para assegurar a credibilidade de uma pesquisa de *survey*

Adriana Paz Lameirão¹

Resumo

Frequentemente algumas pesquisas de opinião ou eleitorais que se utilizam do método de *survey* suscitam dúvidas na sociedade civil e são contestadas pela comunidade acadêmica com relação à veracidade de seus resultados. O objetivo desse artigo, a partir de uma revisão da literatura especializada, é discutir sobre os erros metodológicos cometidos no planejamento e execução de um estudo que resultam na distorção de seus resultados e, especificamente, discutir as fontes de erros que afetam a credibilidade das pesquisas de *survey*. Uma vez exercido o controle metodológico indicado pela literatura em todas as etapas do estudo, as pesquisas de *survey* e sua técnica de questionário estruturado atingem os critérios de validade e confiabilidade, que lhes confere o *status* de científicas, constituindo-se, então, como importante instrumento metodológico na investigação dos fenômenos sociais.

Palavras-chave: Pesquisa de Survey. Validade. Confiabilidade. Erro Sistemático. Erro Aleatório.

The Methodological control as a means to ensure the credibility a survey research

Abstract

Often some opinion or election researches that use the survey method raises doubts in civil society and are challenged by the academic community regarding the accuracy of their results. The purpose of this essay, based on a review of specialized literature, is to discuss the methodological errors committed in the planning and execution of a study that result in distortion of their findings, and specifically, discuss the sources of errors that affect the credibility of the survey research. Once exercised control methodology indicated by the literature in all stages of the study, survey research and his technique of structured questionnaire reach the criteria for validity and reliability, which gives them the scientific status, then establishing itself as an important methodological instrument in research of social phenomena.

Keywords: Survey Research. Validity. Reliability. Systematic Error. Random Error.

Introdução

Recorrentemente, a divulgação de dados de pesquisas eleitoral e de opinião costuma reacender o debate sobre o grau de confiança que se pode ter em pesquisas do tipo *survey*.

Trata-se de um questionamento que, com maior ou menor intensidade, sempre esteve presente na sociedade brasileira. Não é incomum pessoas fazerem

¹ Doutoranda em Ciência Política (UFRGS).

perguntas tais como: “eu nunca fui entrevistado/a, então, como pode uma pesquisa dessas representar a preferência, opinião e/ou valores de toda a população brasileira?” Ou ainda, “se só entrevistaram n eleitores e a população total é na casa dos milhões, como podem esses resultados serem verdadeiros?” Até mesmo os políticos e os candidatos levantam dúvidas quanto à veracidade dos dados de pesquisas eleitorais, tanto que, de tempos em tempos, ressurgem a proposta de proibição de divulgação de seus resultados na mídia com a finalidade de não influenciar a decisão do eleitor.

O fato é que para toda essa controvérsia há duas explicações possíveis. A primeira é a da cientificidade de uma pesquisa, motivo pelo qual, seguidos todos os princípios e o rigor científico, é possível aplicar uma pesquisa do tipo *survey* a uma amostra da população e generalizar seus resultados para todo o seu universo. A segunda é complementar a essa, pois diz respeito à não-observância rigorosa da metodologia científica, o que, invariavelmente, produz resultados distorcidos, invalidando a pesquisa do ponto de vista científico.

O objetivo desse artigo é discutir sobre os erros metodológicos cometidos no planejamento e na execução de um estudo que resultam na distorção de seus resultados. Especificamente, discutir as fontes de erros que afetam a credibilidade das pesquisas de *survey*, particularmente as de opinião e as eleitorais.

O artigo possui mais quatro seções, além desta introdutória. A segunda seção inicia-se com uma breve discussão sobre o desenho de pesquisa positivista que orienta a pesquisa de *survey*. O objetivo desta discussão é um pouco modesto; ela não tem a pretensão de uma exposição profunda, mas, sim, apresentar uma noção básica do paradigma positivista. Tampouco, desconsidera-se o debate que há muito vem sendo feito nas Ciências Sociais de que este paradigma não é o único que reúne as condições necessárias para gozar do *status* de cientificidade. No entanto, por ainda ser um referencial teórico-metodológico dominante em várias áreas do conhecimento, sendo a Ciência Política uma delas, e por ter, de certa forma, influenciado a metodologia de outros paradigmas – como é o caso das pesquisas qualitativas interpretativistas que também desenvolveram critérios de validade a fim de que seus achados e conclusões sejam considerados verdadeiros cientificamente – é que não se entra na discussão das limitações de alguns de seus pressupostos como a objetividade ou neutralidade do pesquisador, por exemplo. A seção continua com a abordagem dos conceitos de confiabilidade e validade, critérios técnicos empregados no controle

metodológico, e termina com a explanação sobre erros sistemáticos e aleatórios, que prejudicam, respectivamente, as validades interna e externa de um estudo. A terceira seção apresenta os aspectos que devem ser observados na elaboração do questionário para evitar erros de medição: cuidados na seleção das questões, na formulação das perguntas e das respostas, no ordenamento das questões e na leitura de resultados obtidos com escalas de medidas. Na quarta seção, sumariza-se o debate empreendido por Bourdieu (1981; 2012) sobre as características das pesquisas de opinião realizadas pelos institutos de pesquisa e sobre os postulados implícitos nessas pesquisas que acabam dando margem para algumas distorções, mesmo que a coleta e a análise de dados observem todas as condições do rigor metodológico. Por fim, fazem-se algumas considerações finais.

O Controle metodológico como fonte de validade e confiabilidade de uma pesquisa

A ciência tem por finalidade compreender o mundo que nos cerca, permitindo, assim, observar e descrever objetos ou fatos, descobrir regularidades e ordem, e formular teorias e leis. Mas, conforme advertem Marconi e Lakatos (2003, p.76), “a ciência não é o único caminho de acesso ao conhecimento e à verdade”, apenas diferenciando-se dos outros tipos de conhecimento – o popular (senso comum), o filosófico e o religioso (teológico) – pela “forma de observação”, ou, seja, pelo método empregado na apreensão da realidade.

Assim, pode-se dizer que ciência “é todo um conjunto de atitudes e atividades racionais, dirigidas ao sistemático conhecimento com objeto limitado, capaz de ser submetido à verificação” (FERRARI, 1974, p.8 *apud* MARCONI; LAKATOS, 2003, p.80). Ela também pode ser definida pelas características que a distingue dos outros tipos de saberes: “uma forma de conhecimento objetivo, racional, sistemático, geral, verificável e falível” (GIL, 2008, p.2).

O conhecimento científico é **objetivo** porque descreve a realidade independentemente dos caprichos do pesquisador. E **racional** porque se vale sobretudo da razão, e não de sensação ou impressões, para chegar a seus resultados. É **sistemático** porque se preocupa em construir sistemas de ideias organizadas racionalmente e em incluir os conhecimentos parciais em totalidades cada vez mais amplas. E **geral** porque seu interesse se dirige fundamentalmente à elaboração de leis ou normas gerais, que explicam todos os fenômenos de certo tipo. E **verificável** porque sempre possibilita demonstrar a veracidade das informações. Finalmente, é **falível** porque, ao contrário de outros sistemas de conhecimento elaborados pelo homem, reconhece sua própria capacidade de errar (GIL, 2008, p.2-3). (grifos meus).

Para alcançar o conhecimento, a ciência dispõe de “um conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos”, que é o método científico, ou, o caminho que conduziu ao saber (GIL, 2008, p.8). Compreender os diferentes paradigmas que embasam os desenhos de investigação e métodos que empregamos em nossas pesquisas é fundamental, segundo Saccol (2009).

Paradigmas são quadros de referências teóricos-metodológicos de interpretação dos fenômenos de acordo com uma forma de entender: como as coisas são (ontologia – visão filosófica de mundo) e como o conhecimento é gerado (epistemologia – distintas formas de obter conhecimento sobre a realidade observada). Os paradigmas orientam a escolha da metodologia de pesquisa – se quantitativa ou qualitativa – que, por sua vez, norteia os métodos e técnicas de coleta de dados (GIALDINO, 1993; SACCOL, 2009; BAQUERO, 2009). Minayo (2011, p.14), define metodologia como sendo “o caminho do pensamento e a prática exercida na abordagem da realidade”, compreendendo simultaneamente os métodos e as técnicas de investigação de forma articulada com a teoria e a realidade empírica.

O Quadro 1 ilustra que a pesquisa de *survey* é orientada pelo paradigma positivista, no qual o desenho de investigação segue, frequentemente, o método científico hipotético-dedutivo. Segundo esse método, o raciocínio e a prática científicos percorrem a seguinte lógica: o acúmulo de conhecimento – advindo de teorias, pesquisas próprias ou de terceiros – pode identificar inconsistências ou lacunas que suscitam um problema de pesquisa (uma questão para a qual será buscada uma resposta). A essa pergunta são formuladas possíveis respostas, as hipóteses, que serão testadas a fim de verificar se elas são falsas ou verdadeiras e, assim, refutá-las ou confirmá-las. Quando a avaliação da hipótese indica a sua comprovação, então, novo conhecimento ou teoria é produzido. Caso seja rejeitada, formulam-se novas hipóteses e reinicia-se o ciclo de investigação. Mas, para que possam ser postos à prova, os eventos precisam ser observados e mensurados, o que corresponde à etapa da coleta de dados. Contudo, para que possam ser mensurados os fenômenos sociais devem ser especificados por meio de conceitos, da forma mais clara e direta possível, e traduzidos em variáveis (operacionalização dos conceitos), através das quais será realizada a medição. Na pesquisa de *survey* as variáveis são codificadas de forma padronizada – as alternativas de respostas serão iguais em todos os questionários aplicados – e os resultados de sua medição compilados de maneira quantitativa (em linguagem matemática, possibilitando, por exemplo, descrever os dados encontrados usando

porcentagens), o que permite atender ao princípio de quantificação do paradigma positivista. O princípio da generalização do positivismo, por sua vez, é atendido em vista de tratar-se de uma pesquisa amostral – desde que a amostra seja representativa da população –, por isso, seus achados podem ser generalizados para a população de onde a amostra foi selecionada (SACCOL, 2009; BABBIE, 2003). A amostra probabilística² é, normalmente, a mais empregada em pesquisas *survey*, sendo considerada como a técnica ideal de amostragem, pois resultaria em estimativas não enviesadas dos parâmetros da população, fornecendo, assim, maior segurança à generalização dos resultados de uma amostra. Entretanto, é possível, igualmente, obter-se amostras razoavelmente representativas da população de onde foram extraídas com técnicas de amostra não probabilística, como a amostragem por cotas, também empregada em pesquisas *survey*, que costuma compensar a falta de aleatoriedade na seleção dividindo a população em um grande número de subgrupos, e, com essa técnica, consegue obter resultados confiáveis e, portanto, passíveis de serem generalizados para o conjunto da população (BARBETTA, 2003).

Quadro 1:

Ontologia	Epistemologia	Paradigma	Metodologia	Métodos	Técnicas de Coleta de Dados	Técnicas de Análise de Dados
Realista	Objetivista	Positivista	Quantitativa	Experimentos; Survey; Enquete.	Amostragem probabilística; Questionários estruturados.	Testes estatísticos
Interação sujeito-objeto	Construtivista	Interpretativista	Qualitativa	Estudo de caso; Etnografia.	Observação; Entrevista; Grupo Focal.	Análise de Conteúdo; Análise de Discurso.

Fonte: Extraído e adaptado de Saccol (2009).

Todavia, se uma pesquisa de *survey* é planejada e executada por meio de procedimentos racionais e objetivos por que seus resultados podem não ser confiáveis? Em primeiro lugar porque a própria ciência é falível, tanto por estar sujeita a erros como por não ser um conhecimento absoluto, podendo haver

² Na amostra probabilística seleciona-se parte da população para compor a amostra através de um sorteio aleatório, no qual cada elemento da população tem uma probabilidade (não nula) conhecida de ser selecionado. As amostragens probabilísticas mais conhecidas são: a amostragem aleatória simples, amostragem sistemática, amostragem estratificada e amostragem de conglomerados. Na amostragem não-probabilística a seleção não precisa ser aleatória.

substituição de axiomas (verdades inquestionáveis universalmente válidas, utilizadas como princípios na construção de uma teoria) face aos fatos científicos que forem gradualmente descobertos em épocas futuras às suas proposições. E em segundo, como afirma Babbie (2003), porque cientistas são seres humanos como todas as demais pessoas e, portanto, sujeitos a emoções e fraquezas.

A credibilidade de uma pesquisa está diretamente ligada ao seu controle metodológico, o qual, por sua vez, depende da observância de dois critérios técnicos no processo de medição: a **confiabilidade** e a **validade**. A confiabilidade diz respeito à *precisão* da medição, ou seja, quando uma variável for medida repetidamente ela deve apresentar sempre o mesmo resultado. O exemplo mais clássico é o da balança: a cada vez que, por exemplo, um quilo de alimento for pesado em uma mesma balança o resultado deve ser sempre o de um quilo, e não de oitocentas gramas numa pesagem, um quilo noutra e um quilo e duzentas gramas em uma terceira mensuração. Já a validade é entendida como a capacidade de *acurácia* (ou exatidão) de uma medida, isto é, sua habilidade de medir adequadamente os conceitos que estão sendo investigados (BABBIE, 2003; GIL, 2008; SACCOL, 2009).

Pode-se dizer que em metodologia de pesquisa há dois tipos principais de validade, conhecidos como validade externa e interna. De forma concisa, Gil (2008, p.82) define validade externa como sendo “o grau com que os resultados da pesquisa podem ser generalizados para outras populações ou situações”. Também para Coutinho (1998, p.112), esta “diz respeito ao grau de aplicabilidade, ou de generalização, dos resultados de um estudo em particular, para outros contextos”. Na acepção de Saccol (2009, p.258), a validade externa configura-se quando os instrumentos de pesquisa são válidos e a amostra é definida corretamente, então, “os resultados da pesquisa poderão ser generalizados, isto é, os resultados encontrados na amostra pesquisada são válidos para toda a população (o conjunto total de elementos) visada pela pesquisa”.

Os pré-requisitos colocados por Saccol (2009) para que haja validade externa remetem ao conceito de validade interna, a qual, nas palavras de Oliveira, Walter e Bach (2011, p.3), “relaciona-se à habilidade de mensurar o que deve ser medido a partir do instrumento de pesquisa”. Martins (2006, p.5) argumenta que “um instrumento é válido na extensão em que mede aquilo que se propõe medir”. Diz respeito, portanto, ao quanto o resultado obtido pela medição de uma variável representa um valor que é verdadeiro. Com a finalidade de elucidar essa definição, toma-se emprestado de Martins (2006, p.5) o exemplo de teste de QI

(Quociente de Inteligência) em língua inglesa aplicado a estudantes brasileiros. Diz ele: “tal teste é muito mais uma medida da proficiência na língua inglesa do que uma medida (válida) de inteligência, pois podemos ter estudantes brasileiros inteligentes, mas que foram mal no teste por não compreenderem a língua inglesa”. Portanto, “a validade interna é determinada pela qualidade do planejamento e da execução do estudo, incluindo adequada coleta e análise dos dados” (COUTINHO, 1998, p.112). Uma vez tomados esses cuidados, a validade interna dirá respeito “à capacidade para tirar conclusões relativas à relação causa-efeito dos dados da pesquisa” (GIL, 2008, p.82).

No âmbito da validade interna, podem-se destacar quatro importantes tipos de validação: a aparente, de conteúdo, de constructo e de critério.

- 1) **Validade aparente** (ou de face): grosso modo, ela “indica se a medida aparentemente mede aquilo que pretende” (MARTINS, 2006, p.6). Dito de outra forma: avalia se uma medida empírica coincide com a definição teórica de um conceito, ou seja, se a operacionalização do conceito foi feita de forma correta. Babbie (2003) usa o exemplo do conceito de religiosidade operacionalizado na variável única de comparecimento à igreja para explicar que uma medida pode ou não coincidir com as percepções do pesquisador vinculadas a um conceito. Para o pesquisador, o simples comparecimento à igreja significa que uma pessoa é religiosa, mas, na prática, essa variável não abrange todas as práticas de manifestação de religiosidade. Na pesquisa realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) no âmbito do Sistema de Indicadores de Percepção Social (SIPS)³, intitulada “Tolerância social à violência contra as Mulheres”⁴ (BRASIL, 2014), algumas questões objetivavam captar a percepção dos respondentes sobre o caráter público ou privado da violência doméstica e familiar contra as mulheres. A frase “o que acontece com o casal em casa não interessa aos outros” pretendia medir a percepção de que casos de violência pertencem à esfera privada do casal e da família. Do ponto de vista dos elaboradores do instrumento de medida tratava-se de uma variável que correspondia a esse conceito. No

³ “O Sistema de Indicadores de Percepção Social é uma pesquisa domiciliar e presencial que visa captar a percepção das famílias acerca das políticas públicas implementadas pelo Estado, independentemente destas serem usuárias ou não dos seus programas e ações” (BRASIL, 2014, p.2).

⁴ Daqui em diante, tanto esta quanto outra que for citada será tratada, simplesmente, como pesquisa IPEA/SIPS seguida do título da pesquisa.

entanto, ela poderia, apenas, estar medindo a valorização à privacidade do relacionamento do casal em um sentido mais amplo.

- 2) **Validade de conteúdo.** É concernente ao grau com que um instrumento abrange a amplitude de conteúdo do conceito a ser medido. Mais uma vez, recorro a um exemplo dado por Babbie (2003): para medir o conceito de preconceito em geral a variável de medição deve abarcar os preconceitos étnico/racial, religioso, de gênero, de sexualidade, socioeconômico etc. No exemplo da religiosidade, deve ser medido pela variável comparecimento à igreja, mas também, por variáveis como leitura da Bíblia, oração, entrega do dízimo, entre outras.
- 3) **Validade de constructo.** “Diz respeito à ligação entre a teoria ou construto (nível conceitual) e as medidas que os operacionalizam (nível operacional)” (SACCOL, 2009, p.258). Martins (2006, p.7) esclarece que um constructo “é uma definição operacional robusta que busca representar o verdadeiro significado teórico de um conceito”. Portanto, “a validade de constructo se refere ao grau em que um instrumento de medidas se relacione consistentemente com outras medições assemelhadas derivadas da mesma teoria e conceitos que estão sendo medidos” (MARTINS, 2006, p.7). Desse modo, para ter validade, o constructo deve estar positivamente relacionado ao conjunto de variáveis do mesmo constructo operacionalizadas em outros estudos e não correlacionado com medidas de constructos diferentes. Isto significa que um estudo referenciado no conceito de capitalismo weberiano não pode ser operacionalizado com variáveis da teoria marxiana.
- 4) **Validade de critério.** Refere-se à validade de um instrumento de medição quando comparado com algum critério externo fixado no presente ou no futuro. Por exemplo, quando se compara o resultado de uma pesquisa eleitoral com o resultado das eleições e eles forem semelhantes, então o instrumento tem validade.

Tendo em vista que, em geral, todas as investigações possuem erros e limitações, compete ao cientista exercer o controle metodológico de seu estudo a fim de eliminar ou limitar todas as possíveis fontes de erros sistemáticos (que prejudicam a validade interna) e aleatórios (que afetam a validade externa) para que as suas interpretações e conclusões possam ser julgadas confiáveis e válidas.

O **erro aleatório** decorre do acaso e está relacionado ao processo de seleção aleatória da amostra. Quer dizer que quando selecionamos várias amostras de uma população cada uma delas produzirá resultados levemente diferentes, “mas que variam, uniformemente, em torno de um valor médio, que representa o valor real” (COUTINHO, 1998, p.113). No entanto, a variação entre o valor observado e o valor real pode ser reduzida a fim de obter-se resultados mais precisos. Uma das medidas para isso é aumentar o tamanho da amostra, pois “quanto maior a amostra, maior a probabilidade de ela refletir a população inteira” (FIELD, 2009, p.33). No cálculo da amostra é necessário determinar o erro amostral tolerável (ou seja, o grau de variabilidade aceitável entre o valor acusado pela amostra e o verdadeiro valor encontrado na população), vulgarmente conhecido como margem de erro da pesquisa. Digamos que em uma pesquisa eleitoral, com erro amostral de $\pm 5\%$, o candidato A obteve 50% das intenções de voto. Significa, então, que a percentagem real de intenções de voto nesse candidato será um valor entre 45 e 55%.

O **erro sistemático** pode ser entendido “como qualquer processo, em qualquer estágio da inferência, que tende a produzir resultados e conclusões, que diferem sistematicamente da verdade” (COUTINHO, 1998, p.112), também conhecido como viés. Pode decorrer, por exemplo, de seleção enviesada dos sujeitos da amostra, imperfeição no instrumento de coleta de dados ou no procedimento de medição e incorreta interpretação dos resultados. Os vieses podem ser classificados em três grupos: viés de seleção, de informação (ou de mensuração) e de confusão.

O *viés de seleção* ocorre quando uma amostra não garante a representatividade da população. “Ele é resultante da maneira como os indivíduos foram selecionados para o estudo” (COUTINHO, 1998, p.112), normalmente quando não são utilizadas técnicas aleatórias ou não aleatórias de amostragens. Pode ocorrer quando uma amostra é selecionada a partir de uma população específica – por exemplo, quando se retira uma amostra de mulheres vítimas de violência doméstica e familiar somente dentre aquelas que registram a ocorrência nas Delegacias das Mulheres, excluindo-se as demais vítimas que não denunciam a violência sofrida – ou quando a amostra é selecionada por conveniência, muito comum em aplicação de questionário na rua, em pontos de grande fluxo, quando o entrevistado é selecionado em decorrência de estar passando pelo local e por disponibilizar-se a responder ao questionário. Mas, também pode ocorrer da recusa à participação no estudo por parte de muitos

indivíduos selecionados pela amostra ou, ainda, pela ausência de respostas quando não se consegue entrevistar todos os componentes da amostra. O viés de seleção pode ser evitado com a seleção aleatória da amostra.

O *viés de informação* diz respeito aos erros de medição, que podem advir de uma incorreta elaboração dos questionários, dos procedimentos escolhidos para a coleta de dados e do trabalho de campo propriamente dito, incluindo, nesse item, o despreparo dos entrevistadores, por exemplo. (CAVALCANTI, 2012).

O *viés de confusão* ocorre quando a associação entre a variável independente e a dependente é resultado de variáveis não controladas (variável interferente) na observação. Para explicitar melhor o que é viés de confusão recorro ao seguinte exemplo:

[...] num estudo sobre fatores de risco, uma associação entre o hábito de beber café e a doença coronária é detectada. Porém, se não for considerado o fato de que os fumantes bebem mais café do que os não-fumantes, pode se chegar à errônea conclusão de que o café é um fator de risco, independente para doença coronária, o que não corresponde à realidade. Neste caso, o café é um fator de confusão, e não um fator causal independente para a doença coronária (COUTINHO, 1998, p.113).

Feita a exposição dos tipos de erros e de vieses que podem prejudicar um estudo, em conformidade com o objetivo central deste trabalho, é relevante deter-se com maior profundidade nas fontes de erros de medição, o que será feito na próxima seção.

Fontes de erros nas pesquisas de *survey*

Dentro do desenho lógico de uma pesquisa pode-se situar os erros sistemáticos, ou vieses, nas etapas correspondentes a: operacionalização dos conceitos, coleta de dados, análise e interpretação de dados. Erros em qualquer um desses estágios poderá ser a fonte de resultados e conclusões que não correspondem à realidade observada.

Conforme já referido, os vieses de medição podem decorrer de um questionário mal elaborado. Mas, a interpretação dos dados obtidos com o questionário também pode sofrer distorção, tanto pela incorreta leitura das escalas de medição quanto por não levar em conta, além do nível de significância, o tamanho do efeito da associação entre as variáveis – se ele é significativo ou

importante⁵. Na sequência, serão discutidos com mais detalhe os erros provocados pelo questionário e pela imperfeita leitura das escalas de medição.

Aspectos a serem observados na elaboração do questionário para evitar erros de medição

As pesquisas de *survey* empregam a técnica de aplicação de questionários para obter informações sobre conhecimento, opinião, avaliação (julgamento), intenção (de voto, p. ex.), comportamento, valores e atitudes das pessoas em relação a algum(ns) tema(s). Os questionários são compostos por uma série ordenada de perguntas e/ou declarações, para as quais, respectivamente, correspondem alternativas de respostas e/ou escalas de medição.

As respostas das perguntas constituirão a base de dados que permitirá “descrever as características da população pesquisada ou testar as hipóteses que foram construídas durante o planejamento da pesquisa” (GIL, 2008, p.121). Por esse motivo, o processo de elaboração do questionário “exige cuidado na seleção das questões”, cujo conteúdo deve “estar de acordo com os objetivos geral e específico” da investigação, na ordem e na formulação das mesmas (MARCONI; LAKATOS, 2003, p.202-203).

Com relação à escolha das questões é mister atentar para a relevância da pergunta, a fim de que sejam “incluídas apenas questões relacionadas ao problema pesquisado” (GIL, 2008, p.126). Portanto, é preciso evitar aquelas não diretamente vinculadas aos objetivos do estudo e cujas respostas não terão utilidade na análise dos dados. Babbie (2003) chama a atenção para o fato de que as perguntas têm de ser relevantes também para os respondentes, de outra forma, eles poderão expressar opiniões sem nunca terem pensado sobre o assunto, levando o pesquisador ao equívoco. Além disso, deve-se evitar fazer perguntas que não possam ser respondidas de forma precisa. É o caso daquelas que interrogam sobre o passado remoto do entrevistado, exigindo que ele recua para uma época da qual já não se lembra com exatidão. Por exemplo, quando ele teve

⁵ Por exemplo: em um teste de associação Qui-quadrado, que mede a relação entre duas variáveis categóricas, observar somente o resultado do teste de significância estatística (usualmente arbitrado como $\alpha = 0,05$), isto é, se a probabilidade de significância (p) é $\leq \alpha$, valor que atesta que há associação entre as variáveis. Mas, uma vez acusada significância estatística, deve-se medir, também, a força da associação entre as variáveis. Para variáveis categóricas, aplica-se o teste do coeficiente de contingência (C), cujos resultados variam de zero a um. Quanto mais próximo de zero for o valor de C , mais fraca é a associação e quanto mais próximo de um mais forte ela é. Portanto, quanto mais próximo de zero, maior independência há entre as variáveis testadas (BARBETTA, 2003).

sarampo; quando residiu na cidade Tal e etc. (MANN, 1970; RICHARDSON et. al., 1985; GIL, 2008).

Já na formulação das questões necessita-se ter as seguintes precauções com a redação:

- 1) Valer-se de vocabulário preciso, de modo que a pergunta seja clara e objetiva. Ela deve traduzir aquilo que o pesquisador deseja saber de fato. Na pesquisa Datafolha (2014)⁶, perguntava-se: Nos últimos doze meses, você alguma vez foi assaltado, roubado ou agredido? Em primeiro lugar, se a intenção é obter o índice de assalto ou roubo sofridos pelos indivíduos da amostra deve-se perguntar especificamente sobre isso e em questões separadas. Em segundo, a palavra agressão não é precisa, pois pode ser relacionada tanto a “um leve empurrão proposital ou palavras grosseiras ouvidas de terceiros, ou até mesmo um estupro” (GOMES, 2014, s. p.).
- 2) “Deve-se levar em consideração o sistema de referência do interrogado, bem como o seu nível de informação” (GIL, 2008, p.126). Por esse motivo, a linguagem deve ser do conhecimento do informante a fim de ser entendida com facilidade, evitando-se palavras rebuscadas ou jargões técnicos.
- 3) Evitar perguntas ambíguas. Ela deve dar margem a uma única interpretação pelo respondente e ter o mesmo significado para todos os entrevistados. Na pesquisa IPEA/SIPS “Tolerância social à violência contra as mulheres” (BRASIL, 2014) foram utilizadas frases e expressões cotidianas (ditos populares) para captar a percepção dos respondentes sobre o caráter público ou privado da violência contra a mulher: “o que acontece em casa com o casal não interessa aos outros”; “em briga de marido e mulher não se mete a colher” e “roupa suja se lava em casa”. Qualquer uma dessas assertivas permite mais de uma interpretação, portanto podem gerar resultados enviesados. A última assertiva pode não significar que a violência contra a mulher deve permanecer no âmbito doméstico, não sendo alvo de intervenção judicial ou de políticas públicas, mas pode ser compreendida, apenas, como ser aconselhável evitar discussões familiares em público ou perante não-membros da família.

⁶ Pesquisa sobre eleições gerais realizada pelo DATAFOLHA INSTITUTO DE PESQUISAS entre os dias 02 e 04/04/2014 e registrada no Tribunal Superior Eleitoral com o número de protocolo BR-00064/2014.

- 4) Evitar perguntas ou termos tendenciosos. As perguntas e termos capciosos têm o efeito de sugerir ou direcionar as respostas. De acordo com Mann (1970), perguntas sobre opiniões e atitudes devem ser apresentadas de forma imparcial, para tanto partindo de um ponto central ou neutro. Segundo o autor, iniciar perguntas com “você concorda que” é induzir o respondente à discordância. Segundo Babbie (2003), pesquisas nos Estados Unidos já demonstraram que o uso do termo “pessoas pobres” em lugar de “pessoas recebendo benefícios” resultam em apoio muito maior para a assistência governamental aos primeiros, em decorrência da carga negativa que o segundo termo goza na opinião pública americana. Na pesquisa Datafolha (2014) havia três perguntas sobre a percepção de alta dos preços: 1) dos alimentos, 2) do material de limpeza e 3) de produtos de higiene pessoal com a seguinte redação: “[...] nos últimos 30 dias, notou aumento, diminuição ou não notou mudanças no preço [...]”. O verbo notar “pressupõe que o entrevistado tenha percebido alguma alteração. E, se não percebeu, não vai passar recibo de desinformado. Essas perguntas têm alta carga de indução” (GOMES, 2014, s. p.).
- 5) Evitar perguntas duplas. “As perguntas devem referir-se a uma única ideia de cada vez” (GIL, 2008, p.126), ao invés de formular-se duas perguntas em uma e exigir para ambas uma única resposta, o que pode ser impossível. Perguntar a uma pessoa, por exemplo, quantas vezes ela vai ao cinema e ao teatro dificilmente obterá uma resposta única, pois, na maioria dos casos, a frequência de idas ao cinema e ao teatro será desigual.
- 6) Usar itens curtos. Babbie (2003) não aconselha a formulação de questões longas e complicadas, a fim de que o entrevistado possa ler a pergunta de forma rápida, entendê-la e respondê-la sem dificuldade.
- 7) Evitar termos negativos, pois uma negação na pergunta pode gerar confusão e facilitar uma má interpretação, produzindo resultados enganosos.

Da mesma forma que nas perguntas, a construção das alternativas de respostas apresentadas a cada questão fechada – aquela que apresenta categorias, ou alternativas, de respostas fixas e preestabelecidas, dentre as quais o entrevistado deverá escolher a alternativa mais representativa de suas ideias e opiniões – também exige atenção. Assim, dois aspectos devem ser observados: as

alternativas de respostas devem ser exaustivas e excludentes. Exaustivas porque as categorias devem incluir todas as possibilidades de respostas, de tal forma que todos os respondentes sintam-se contemplados pelas alternativas apresentadas. Excludentes a fim de que as categorias não se sobreponham umas às outras. Mesmo em questões de múltipla escolha ou escolha ordenada (que estabelece uma ordem de relevância entre as alternativas) deve-se tomar cuidado para que as categorias sejam excludentes. Por exemplo, em uma questão na qual o entrevistado deve responder quais são os seus passatempos preferidos não se pode ter as opções “assistir televisão” (uma categoria geral) e “assistir seriados de televisão” (uma categoria que se encaixa dentro da categoria geral). Já as opções “assistir televisão”, “ir ao cinema” e “ir ao teatro” são mutuamente excludentes, pois nenhuma se confunde ou se sobrepõe às outras.

Na pesquisa IPEA/SIPS “Tolerância social à violência contra a mulher” (BRASIL, 2014), os pesquisadores tiveram interesse em analisar a variação da concordância a cada uma das declarações apresentadas ao entrevistado em função de características como: sexo, religião, escolaridade, entre outras. Quanto à religião foram formuladas três alternativas de respostas, apenas: 1) católico, 2) evangélico e 3) demais religiões, ateus e sem religião. Demais religiões é uma categoria abrangente, pois pode incluir protestantes, espíritas e umbandistas, por exemplo. Será que indivíduos dessas três religiões pensam da mesma maneira acerca dos papéis de homens e mulheres no âmbito doméstico e na esfera pública, ou sobre relações homoafetivas? Quanto a estas, será que espíritas e umbandistas seriam mais tolerantes do que protestantes, católicos e evangélicos? Se o objetivo era relacionar a religião à tolerância e concordância com o ordenamento patriarcal, por exemplo, então deveriam ter sido ampliadas as categorias de respostas. Mas, tomando o cuidado de que todas fossem mutuamente excludentes, daí, a categoria protestante não deveria concorrer com as categorias metodista e presbiteriano, pois ambas encaixam-se na categoria protestante (mais geral). Ou, inserir a categoria evangélicos e a categoria pentecostal, pois esta última faz parte da primeira, mais ampla.

Um bom exemplo de alternativas de respostas exaustivas e excludentes pode ser encontrado na pesquisa IPEA/SIPS “Serviços de Telecomunicações” (BRASIL, s.d.) para a pergunta sobre a escolaridade do informante: sem instrução, fundamental incompleto, fundamental completo, médio incompleto, médio completo, superior incompleto e superior completo. Mais exaustivo do que isso, só inserindo a categoria pós-graduação, mas em vista da baixíssima

proporção de brasileiros com esse grau de instrução ela não se torna tão imprescindível porque as chances de serem entrevistadas pessoas que se encaixariam nessa categoria seriam bem pequenas.

Ainda sobre a exaustividade das categorias de resposta, ressalta-se que a omissão de alternativas e/ou a não inclusão das opções NDA (nenhuma das alternativas) e NS (não sabe) pode induzir o entrevistado a escolher uma das categorias existentes que mais se assemelhe à sua perspectiva, portanto, induzindo e/ou direcionando a resposta a fim de obter o apoio ou a concordância da “opinião pública” com algum tema. Exemplo disso foi uma pesquisa aplicada pelo governo do estado do Rio Grande do Sul sobre reforma política, em 2013, aos transeuntes da Rua da Praia, em Porto Alegre: Você acha que a reforma política deve ser realizada pelo 1) Congresso Nacional, 2) pelo Congresso Nacional e ser submetida a um plebiscito popular, 3) NS ou 4) Não respondeu? Na época, estava em discussão a proposta da presidenta Dilma Rousseff de que uma reforma política deveria ser realizada por uma assembleia constituinte exclusiva, porém, ela não constava nas alternativas de resposta. Assim, um entrevistado poderia optar pela alternativa 2 quando, na verdade, preferiria que fosse realizada por uma assembleia constituinte eleita exclusivamente para realizar a reforma política.

Em questões que envolvem avaliação ou a frequência com que algo acontece(u) não é recomendável ter apenas duas categorias extremas de respostas, pois outras possíveis posições podem existir entre essas duas alternativas. Para resolver esse problema, é comum os pesquisadores fazerem uso de escalas, que são uma forma composta de medição elaborada de acordo com um ordenamento de intensidade entre as categorias de medida (BABBIE, 2003). São alternativas de respostas dadas, normalmente, a declarações, por isso costumam conter as opções: 1) discordo totalmente; 2) discordo parcialmente; 3) não discordo nem concordo (opinião neutra); 4) concordo parcialmente e 5) concordo totalmente. Em pesquisas eleitorais é comum ser incluída uma questão de avaliação do governo, para a qual são dadas as alternativas: “ótimo”, “bom”, “regular”, “ruim” e “péssimo”, com o objetivo de captar todos os graus de aprovação/reprovação possíveis. Outro exemplo de uso de escalas: com que frequência você vai ao cinema? Respostas: “nunca”, “raramente”, “às vezes”, “muitas vezes” e “sempre”.

Outro cuidado na elaboração do questionário é com o ordenamento das questões. Em pesquisas de *survey* é recomendado iniciar com questões

sociodemográficas (idade, sexo, escolaridade), pois, além de serem facilmente respondidas, são, geralmente, pouco ameaçadoras, o que permite o estabelecimento da comunicação inicial com o entrevistado para, depois, abordar-se questões mais sensíveis e de atitudes (BABBIE, 2003). Outra técnica utilizada é a do funil, pela qual parte-se de perguntas gerais e chega-se pouco a pouco nas específicas, sendo que cada questão é relacionada à anterior. Na pesquisa IPEA/SIPS “Serviços de Telecomunicações” (BRASIL, s.d.) antes de serem expostas questões específicas sobre os serviços de telecomunicações, foram apresentadas perguntas gerais associadas aos serviços. Assim, antes de abordar questões referentes ao acesso à internet em banda larga foi inquirido se o respondente possuía computador, por exemplo.

Mas, não se pode esquecer que o ordenamento das perguntas afeta tanto a resposta como toda a coleta de dados, podendo ser um importante instrumento a serviço dos interesses de quem contratou/elaborou a pesquisa. Na pesquisa Datafolha (2014) a sequência das questões deixa transparecer claramente o nível de tendenciosidade da investigação. É o caso da pergunta sobre se a pessoa é favorável ou contra a realização da Copa do Mundo no Brasil, que foi antecedida por três questões sobre violência (roubo em domicílio, sequestro relâmpago e assassinato de parente ou amigo), que aproximaram o entrevistado dessa realidade embora, na prática, estivesse distante dele. No entanto, criou uma percepção de insegurança e associou-a com a realização do evento. Posto desta forma, a tendência natural é a prevalência de opiniões contrárias à realização da Copa do Mundo no país.

Muitas vezes, mesmo que a pesquisa seja planejada e executada em estrita observância dos preceitos discutidos até aqui, a grande motivação para corroborar suas hipóteses e ideias pode levar cientistas a interpretar erroneamente os resultados obtidos. Isto é muito frequente na leitura de resultados obtidos com escalas de medidas. Um exemplo clássico é a questão de avaliação de governo presentes nas pesquisas eleitorais, quando, no relatório, ou na divulgação dos resultados, soma-se o percentual da categoria “regular” com os percentuais das categorias “bom” e “ótimo” para afirmar que a maior parte da população aprova aquele governo. No entanto, quem considera um governo regular não o está aprovando nem o reprovando.

Na pesquisa IPEA/SIPS “Tolerância social à violência contra a mulher” (BRASIL, 2014), o resultado da bateria de questões elaboradas para medir a rejeição à homossexualidade foi assim apresentado no relatório:

Quando perguntados no sentido mais geral, 50% dos respondentes afirmaram concordar total ou parcialmente com a afirmação '*casais de pessoas do mesmo sexo devem ter os mesmos direitos dos outros casais*'. É notável o avanço da aceitação do princípio da igualdade de direitos de casais homossexuais e heterossexuais. No entanto, diante de uma formulação mais incisiva da mesma ideia – '*o casamento de homem com homem ou de mulher com mulher deve ser proibido*' – mais da metade, 52%, tendem a concordar com a proibição (BRASIL, 2014, p.8).

Sem desconsiderar o fato de que a assertiva ampla, dúbia e imprecisa não produz dados que permitem concluir sobre o avanço da aceitação de todo o tipo de igualdade de direitos, pois o direito à igualdade interpretado pelos entrevistados pode ser o da partilha ou herança do patrimônio acumulado em conjunto, o trecho transcrito serve como exemplo da junção indevida de duas categorias de respostas. Segundo o relatório, mais da metade, 52%, tende a ser contrários à união homoafetiva, quando o mesmo documento, através de um gráfico, contradiz essa conclusão, pois apresenta que, apenas 38,8% concordam com a proibição do casamento entre pessoas do mesmo sexo, sendo que outras 12,9% concordam parcialmente com a proibição. Nesse caso, não se pode somar este percentual ao primeiro, pois estes últimos podem concordar com a união civil e discordar do casamento religioso por diversos motivos, que tanto podem estar relacionados, sim, a um grau menor de rejeição à homossexualidade como também por uma visão ideológica sobre o que é a igreja, os princípios morais e religiosos que ela prega que vão de encontro com relações homo-afetivas e, portanto, não haveria razão para submeter-se à sua bênção.

Enfim, de tudo o que foi exposto, o que se evidencia é que um estudo científico não está imune a erros, dadas todas as possibilidades de falhas existentes nas diversas etapas da investigação, por mais que o pesquisador tente exercer o máximo controle metodológico. Contudo, o mais importante, e honesto, é reconhecer as fraquezas e limitações de uma pesquisa.

As Características das sondagens de opinião segundo Bourdieu

A reflexão sobre as pesquisas de opinião e eleitorais não estaria completa se negligenciasse a problematização de Bourdieu (1981; 2012) sobre as características das sondagens realizadas pelos institutos de pesquisa.

Ele advoga que embora a coleta e a análise de dados observem todas as condições do rigor metodológico há três postulados implícitos nessas sondagens

que provocam certas distorções. São eles: 1) toda a pesquisa de opinião supõe que todo mundo pode ter uma opinião; 2) supõe que todas as opiniões se equivalem e 3) supõe que existe um consenso sobre os problemas, isto é, um acordo sobre as perguntas que merecem ser feitas (BOURDIEU, 1981, p.1).

Bourdieu (1981) refuta a suposição do primeiro postulado, de que todos podem ter uma opinião, a partir dos dois princípios segundo os quais as pessoas podem produzir opiniões, que são o da competência política – “ter uma opinião sobre todas as questões que supõem um saber político” – e o do *ethos* de classe – “um sistema de valores implícitos que as pessoas interiorizaram desde a infância e a partir do qual engendram respostas para problemas extremamente diferentes” (BOURDIEU, 1981, p.3). Para o autor, a competência política exige duas condições: primeiramente, “ser capaz de constituir uma questão como política”; e, “tendo-a constituído como política, é de ser capaz de aplicar-lhe categorias propriamente políticas que podem ser mais ou menos adequadas, mais ou menos refinadas, etc.” (BOURDIEU, 1981, p.3). Além disso, a capacidade política varia “em função do nível de instrução” (BOURDIEU, 1981, p.3). Segundo o autor, o erro do primeiro postulado é supor que essas condições são “universal e uniformemente preenchidas” (BOURDIEU, 1981, p.3) no conjunto da população e, por esse motivo, equivocado.

De acordo com o segundo princípio, as respostas elaboradas com base no *ethos* de classe podem sofrer um desvio de sentido quando consideradas como respostas políticas e interpretadas no campo político. Para exemplificar esse argumento, Bourdieu (1981) relativiza a proposição presente na Ciência Política de que as classes populares são conservadoras e autoritárias.

Em suma, a proposição: ‘As classes populares são repressivas’ não é verdadeira nem falsa. É verdadeira na medida que, para todo conjunto de problemas, como os problemas de moral das relações entre os pais e os filhos ou entre os sexos, as classes populares tendem a ter uma representação muito mais rigorista, muito mais autoritária do que as outras classes sociais. Sobre os problemas de estrutura política, que põem em jogo a conservação ou a transformação da ordem social, não mais apenas a conservação ou a transformação dos modos de relação entre os indivíduos, as classes populares são muito mais favoráveis a uma inovação, isto é, a uma transformação das estruturas sociais (BOURDIEU, 1981, p.4).

Portanto, o desvio de sentido é responsável por uma distorção das respostas na análise dos dados, em vista de não serem “interpretadas em função da problemática em relação à qual as diferentes categorias de consultados responderam efetivamente” (BOURDIEU, 1981, p.4). E o conhecimento sobre o

princípio segundo o qual a resposta foi formulada só pode ser obtido pela análise de todo o conjunto de respostas, destaca Bourdieu (1981), e não pela interpretação de cada uma isoladamente.

Bourdieu (1981) lembra, ainda, que as pessoas só terão opinião sobre um problema quando ele desperta o seu interesse e ela terá a mesma medida desse interesse.

Quanto ao terceiro postulado, Bourdieu (1981) chama atenção para uma característica das pesquisas de opinião que é o da imposição da problemática, que opera tanto sobre os institutos de pesquisa quanto sobre os entrevistados. A problemática imposta aos institutos de pesquisa e proposta pelos *surveys* está vinculada aos interesses do contratante e às suas preocupações políticas e também está relacionada com a conjuntura. E, isso, segundo Bourdieu (1981), seria uma das distorções nesse tipo de pesquisa, pois não se tratariam de problemáticas obrigatórias, relacionadas às demandas sociais, mas interessadas.

Toda problemática é interessada, mas, no caso particular, os interesses que sustentam essas problemáticas são interesses políticos e isto exerce um grande controle, simultaneamente, sobre a significação das respostas e sobre a significação dada à publicação das respostas (BOURDIEU, 1981, p.2).

A imposição da problemática aos entrevistados consiste em “apresentar problemas hipotéticos às pessoas e induzir respostas a questões inexistentes – ou seja, impor respostas” (BOURDIEU, 2012, s. p.). Significa requerer respostas dos consultados a perguntas que eles ainda não colocaram para si mesmos ou, ainda, a questões diferentes daquelas postas por eles. Nas palavras de Bourdieu (1981), ela

[...] resulta do fato de que as perguntas colocadas numa pesquisa de opinião não são perguntas que se colocam realmente a todas as pessoas interrogadas e que as respostas não são interpretadas em função da problemática em relação à qual as diferentes categorias de consultados responderam efetivamente (BOURDIEU, 1981, p.4).

De acordo com o autor, a imposição da problemática tem o objetivo de informar as pessoas que detêm o poder “sobre os meios de organizar sua ação política” (BOURDIEU, 1981, p.4), o que remete à impugnação dele ao segundo postulado.

Bourdieu (1981) argumenta que a sondagem de opinião é um instrumento de ação política, levando em consideração que a formação da opinião pública dá-se num contexto de relações de força. Segundo esse argumento, a opinião pública,

quando inexistente sobre algum tema ou em situações de crise, é forjada por uma opinião mobilizada – opiniões constituídas pela elite intelectual, política, econômica e por grupos de pressão mobilizados em torno de um sistema de interesses – que é difundida gradualmente na sociedade. As pessoas veem-se, então, diante de opiniões sustentadas por grupos e, nesse contexto, irão tomar posição e emitir suas opiniões com base nas informações provenientes do debate produzido pela opinião mobilizada. Daí, a suposição de que todas as opiniões se equivalem ser infundada, pois há uma opinião esclarecida (de pessoas mais bem informadas, com maior autoridade moral, intelectual para emitir opiniões) que influenciam a constituição da opinião pública.

Como instrumento de ação política, a função da sondagem é “dissimular que o estado da opinião num certo momento é um sistema de forças, de tensões” (BOURDIEU, 1981, p.2) e transmitir a ideia de que existe uma opinião pública constituída favorável a uma política, a qual irá servir de instrumento para legitimá-la e reforçar as relações de força que a fundam ou a tornam possível. Mais ainda, “impor a ilusão de que existe uma opinião pública como pura adição de opiniões individuais” (BOURDIEU, 1981, p.2), quando, na realidade, ela não existe.

Se levadas em conta todas essas questões colocadas por Bourdieu (1981), e, por isso, tomadas precauções especiais, ele considera que as pesquisas de opinião aplicadas pelos institutos de pesquisa, apesar de não poderem ser completamente identificáveis “a uma pesquisa científica propriamente dita” (BOURDIEU, 1981, p.1), podem dar uma útil contribuição para a Ciência Social.

Considerações finais

O artigo procurou contribuir para o debate em torno da credibilidade nas pesquisas de *survey* a partir do enfoque dos erros metodológicos que podem ocorrer durante a realização de um estudo e, por conseguinte, afetar a sua validade e confiabilidade.

Foi feita uma explanação sobre os tipos de erros que originam críticas técnicas às sondagens de opinião e eleitorais, tais como: a representatividade da amostra, perguntas ou termos tendenciosos que induzem a resposta, perguntas ambíguas que permitem mais de uma interpretação e, por isso, enviesam a resposta, omissão de alternativas de resposta possíveis, dentre outras.

Contudo, através do controle metodológico, é possível eliminar ou minimizar as probabilidades de erros e vieses nas pesquisas e, portanto, garantir

que os seus resultados sejam considerados confiáveis e válidos. Desse modo, as pesquisas de *survey* e a técnica do questionário constituem um valioso instrumento de investigação nas Ciências Sociais, uma vez que essas metodologia e técnica facilitam a entrevista de um grande número de pessoas, permitindo, assim, conhecer e descrever as características da população observada, ou, ainda, testar hipóteses derivadas de teorias a fim de verificar se elas são confirmadas ou refutadas para os fenômenos sociais examinados. Mais ainda, uma vez que as pesquisas *survey* são aplicadas a uma amostra representativa da população, seus resultados podem ser generalizados para toda a população objeto do estudo.

Para além das questões puramente metodológicas, a análise sociológica de Bourdieu (1981; 2012) sobre as pesquisas de opinião realizadas pelos institutos de pesquisa traz uma importante contribuição para o debate, principalmente, da confiabilidade (ou precisão) das pesquisas *survey*. Compreender que a formação da opinião pública dá-se num contexto de relações de força, de tensões provocadas por uma opinião mobilizada, e que os *surveys* são, nesse contexto, um instrumento de ação política permite entender, tanto os erros e vieses percebidos nessas sondagens quanto as variações nos dados obtidos por pesquisas feitas em distintos períodos de tempo. A variação nos resultados de pesquisas eleitorais realizadas antes e após o início das campanhas dos candidatos não significa, necessariamente, que as primeiras estavam erradas, mas que a estratégia de campanha influenciou as intenções de voto, provocando mudanças na conjuntura eleitoral. A ação política e sua influência no estado da opinião pode ser pensada, da mesma forma, para temas polêmicos ou em situações de crise.

Feita a devida relativização dos resultados dos *surveys* realizados pelos institutos de pesquisa, eles podem ser utilizados como dados secundários ou, ainda, orientar o desenho de uma nova pesquisa, com categorias de interesse do pesquisador.

Referências

- BABBIE, Earl. **Métodos de pesquisa de survey**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- BAQUERO, Marcello. **A Pesquisa quantitativa nas Ciências Sociais**. Porto Alegre: UFRGS, 2009.
- BARBETTA, Pedro A. **Estatística aplicada às Ciências Sociais**. 5 ed. rev. Florianópolis: UFSC, 2003.

BOURDIEU, Pierre. A Opinião pública não existe [Online]. In: THIOLENT, Michel. **Crítica metodológica, investigação social e enquete operária**. São Paulo: Polis, 1981. Disponível em <<http://evoluieducacional.com.br/wp-content/uploads/2012/08/21979592-Bourdieu-A-opiniao-publica-nao-existe.pdf>>. Acesso em: 19 mar. 2014.

BOURDIEU, Pierre. A Fábrica de opinião pública [Online]. **Le Monde Diplomatique Brasil**, São Paulo, 04 jan. 2012. Disponível em: <<http://www.diplomatique.org.br/artigo.php?id=1074>>. Acesso em: 19 abr. 2014.

BRASIL. Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Sistema de Indicadores de Percepção Social: tolerância social à violência contra as mulheres**, 2014 Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/SIPS/140327_sips_violencia_mulheres_novo.pdf>. Acesso em: 29 mar. 2014.

BRASIL. Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Sistema de Indicadores de Percepção Social: serviços de telecomunicações**. s. d. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/SIPS/140313_sips_telecomunicacoes.pdf>. Acesso em: 29 mar. 2014.

CAVALCANTI, Thereza T. S. Loureiro. Validade científica: erros sistemáticos [Online]. **Semioblog: Blog do Grupo de Estudos em Semiologia Médica (GESME)**, 2012. Disponível em: <<http://semiologiamedica.blogspot.com.br/2012/02/por-thereza-taylannesouza-loureiro.html>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

COUTINHO, Mário. Princípios de epidemiologia clínica aplicada à cardiologia [Online]. **Arquivos Brasileiros de Cardiologia**, v. 71, n. 2, 1998. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/abc/v71n2/a03v71n2.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

DATAFOLHA INSTITUTO DE PESQUISAS. **Questionário PO para registro PO813739** [Online]. 2014 Disponível em: <<http://pesqe.le.tse.jus.br/pesqe/publico/CarregarArquivoQuestionario.abrir?id=21146>>. Acesso em: 07 abr. 2014.

FIELD, Andy. **Descobrimo a estatística usando o SPSS**. 2 ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GIALDINO, Irene Vasilaches de. **Métodos cualitativos I: los problemas teórico-epistemológicos**. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina, 1993.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, Dionei Moreira. In: Datafolha: temos direito a dúvidas - parte 2 [Online]. **Muda Mais**, 02 abr. 2014. Disponível em:

<<http://www.mudamais.com/erraram/datafolha-temos-direito-duvidas-parte-2>>. Acesso em 02 abr. 2014

MANN, Peter H. **Métodos de investigação sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1970.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, Gilberto de Andrade. Sobre confiabilidade e validade [Online]. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 8, n. 20, 2006. Disponível em: <<http://rbgn.fecap.br/RBGN/article/download/51/272>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

MINAYO, Maria Cecília de S. Ciência e cientificidade. In: MINAYO, M. C. de S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

OLIVEIRA, Denise de; WALTER, Silvana A.; BACH, Tatiana M. Critérios de Validade em Pesquisas em Estratégia: uma análise em artigos publicados no EnANPAD de 1997 a 2010. In: Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade, 3, 2011, João Pessoa. **Anais Eletrônicos...** João Pessoa: ANPED, 2011. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnEPQ/enepq_2011/ENEPQ406.pdf>. Acesso em: 10/03/2014.

RICHARDSON, Roberto Jarry; et. al. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1985.

SACCOL, Amarolinda Zanela. Um Retorno ao básico: compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em administração [Online]. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 2, n. 2, 2009. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273420378007>>. Acesso em: 10/03/2014.

Texto enviado em: 05/05/2014
Aceito em: 02/07/2014