

## Sondagem

Maria Eugénia Graça Martins

Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa

memartins@fc.ul.pt

### CITAÇÃO

Martins, E.G.M. (2013)  
Sondagem,  
*Rev. Ciência Elem.*, V1(01):024.  
[doi.org/10.24927/rce2013.024](https://doi.org/10.24927/rce2013.024)

### EDITOR

José Ferreira Gomes,  
Universidade do Porto

### RECEBIDO EM

22 de março de 2012

### ACEITE EM

12 de junho de 2013

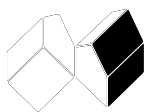
### PUBLICADO EM

31 de julho de 2013

### COPYRIGHT

© Casa das Ciências 2019.  
Este artigo é de acesso livre,  
distribuído sob licença Creative  
Commons com a designação  
[CC-BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/), que permite  
a utilização e a partilha para fins  
não comerciais, desde que citado  
o autor e a fonte original do artigo.

[rce.casadasciencias.org](http://rce.casadasciencias.org)



**Sondagem é um estudo estatístico de uma população, feito através de uma amostra, destinado a estudar uma ou mais das suas características tal como elas se apresentam nessa população.**

Só em 1973 é que, pela 1ª vez, apareceu publicado nos órgãos de comunicação social o resultado de uma sondagem realizada em Portugal, nomeadamente, “63% dos Portugueses nunca votaram”<sup>2</sup>. Embora as sondagens se tenham popularizado devido a questões políticas, elas não são apenas um importante instrumento político; acima de tudo constituem um instrumento de importância vital em estudos de natureza, quer económica, quer social. Assim, se nos meios políticos as sondagens são usadas para obter informação acerca das atitudes dos eleitores, de modo a planear campanhas, etc, elas são importantes também em estudos de mercado, para testar as preferências dos consumidores, descobrir o que mais os atrai nos produtos existentes ou a comercializar, tendo como objetivo satisfazer os clientes e aumentar as vendas. Também na área das ciências sociais as sondagens são importantes para, por exemplo, estudar as condições de vida de certas camadas da população<sup>1</sup>.

É fundamental referir que, contrariamente ao recenseamento, as sondagens inquiram ou analisam apenas uma parte da população em estudo, isto é, restringem-se a uma amostra dessa população, mas com o objetivo de extrapolar para todos os elementos da população os resultados observados na amostra.

Uma sondagem realiza-se em várias fases: escolha da amostra, obtenção da informação, análise dos dados e relatório final. Para que os resultados de uma sondagem sejam válidos há necessidade de essa amostra ser representativa da população. O processo de recolha da amostra, a amostragem, tem de ser efetuada com os cuidados adequados. Quando são usadas técnicas apropriadas e a amostra é suficientemente grande, os resultados obtidos encontram-se em geral perto dos resultados que se obteriam, se fosse estudada toda a população.

Por vezes aparece identificado amostragem com sondagem, o que é incorreto. Com efeito, a amostragem diz respeito ao procedimento de recolha de amostras qualquer que seja a natureza do estudo estatístico que se pretenda fazer. A sondagem, por sua vez, pressupõe a existência de uma amostragem, isto é, a amostragem é uma das várias fases do processo de sondagem. As sondagens dizem respeito a um estudo estatístico específico. É importante referir que a sondagem visa estudar características da população tal como ela se apresenta. Por exemplo, se quisermos comparar diversas escolas relativamente ao

sucesso escolar na disciplina de Matemática, realizamos uma sondagem. Se quisermos averiguar se o método de ensino A é melhor que o método de ensino B na aprendizagem da Matemática, sendo cada um dos métodos atribuído a grupos diferentes de alunos, e averiguando depois o sucesso em cada grupo, já não temos uma sondagem, mas sim uma experimentação.

## REFERÊNCIAS

<sup>1</sup> GRAÇA MARTINS, M. E., *et al.*, *Probabilidades e Combinatória*. Ministério da Educação, Departamento do Ensino Superior, 1999. ISBN: 972-8417-33-0. Depósito Legal 143440/99.

<sup>2</sup> VICENTE, P., *et al.*, *A amostragem como factor decisivo de qualidade*, Edições Sílabo, Lda, Lisboa, 1996.