

Método da pesquisa

A pesquisa teve como população-alvo cidadãos de 16 anos ou mais, residentes no Brasil. Os participantes foram selecionados via Amostragem Aleatória Estratificada¹ por unidade da Federação (UF). A amostra total foi composta por 1.220 entrevistas. O questionário foi do tipo estruturado, com questões objetivas, e aplicado entre os dias 26 e 27 de setembro de 2024.

A coleta de dados foi feita por meio de entrevistas telefônicas assistidas por computador - CATI (*Computer-Assisted Telephone Interviewing*). Nesse método, o entrevistador segue um roteiro que é disponibilizado em computador e composto por questionário estruturado, com questões objetivas e orientações para a condução da entrevista. Essa estrutura visa eliminar possíveis vieses, bem como maximizar a aderência dos cidadãos contatados à pesquisa.

Os números de telefone usados nas discagens foram selecionados aleatoriamente, respeitando o delineamento amostral a partir de cadastro disponibilizado pela Anatel, onde constam todos os números habilitáveis do país. As quantidades de números fixos e móveis sorteados na amostra foram estabelecidas de forma a garantir que, por UF, a probabilidade de sorteio de qualquer número fosse a mesma, independente de se tratar de telefone fixo ou móvel.

Para compor a amostra, foram realizadas ligações telefônicas para todo o país. Atendido o telefone, e após verificar se o(a) entrevistado(a) pertencia à população-alvo, o entrevistador solicitava autorização para realizar a pesquisa.

Foram auditadas 32% das entrevistas, verificando itens como cordialidade, leitura fluente, marcação correta das respostas, não direcionamento das respostas, dentre outros aspectos de qualidade e imparcialidade durante a aplicação da pesquisa.

No cômputo dos resultados, foi aplicada técnica de ponderação para pesquisas com amostra complexa, que leva em conta três aspectos: não resposta, probabilidade de seleção dos(as) entrevistados(as) e características sociodemográficas da população-alvo. Estes aspectos foram considerados na ponderação por meio do cálculo de três fatores, que, juntos, resultaram em peso amostral que permite obter estimativas para a população-alvo da pesquisa.

Primeiro, a estimativa da taxa de resposta por região foi obtida de forma equivalente à Response Rate 1 (RR1) da American Association for Public Opinion Research (AAPOR, 2023, p. 85), a partir de dados referentes às discagens telefônicas coletados no decorrer da pesquisa.

Na sequência, a probabilidade de seleção dos(as) entrevistados(as) foi calculada com base na quantidade de pessoas que compartilhavam a linha discada, na quantidade de linhas de telefone às quais o entrevistado tinha acesso e no total de linhas habilitadas alcançadas na pesquisa em relação ao total de linhas habilitadas no Brasil por UF, segundo as estatísticas mais recentes da Anatel.

¹ Delineamento amostral que 'consiste na divisão de uma população em grupos (chamados estratos) segundo alguma(s) característica(s) conhecida(s) na população sob estudo, e de cada um desses estratos são selecionada amostras em proporções convenientes' (BOLFARINE e BUSSAB, 2005, p. 93).

Por fim, os pesos foram ajustados para refletirem a proporção da população por Região, segundo as seguintes características demográficas: sexo, idade, escolaridade, raça/cor, porte do município e situação do domicílio. Para tanto, foi utilizado o método *rake*, considerando a distribuição estimada da população brasileira segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) do 2º trimestre de 2024 para as variáveis sexo, idade, escolaridade, raça/cor e situação do domicílio. Já o porte do município foi categorizado segundo os dados da Estimativa Populacional de 2024 do IBGE, e os municípios foram divididos em três categorias: até 50.000 habitantes, de 50.001 a 500.000 habitantes e mais de 500.000 habitantes.

Para análise dos resultados da pesquisa, cada estimativa divulgada no relatório é acompanhada das respectivas margens de erros (Anexos 1 e 2), calculadas com nível de confiança de 95%. Dessa forma, não existe uma única margem de erro para toda a pesquisa, prática usual, embora imprecisa, em pesquisas que não são totalmente probabilísticas. Não obstante, a média das margens de erro das estimativas gerais foi de 2,3 pontos percentuais, com desvio padrão de 1,1 pontos percentuais.

Os percentuais foram arredondados de maneira que, para números com decimal menor que 0,5, foi mantida a parte inteira; e para números com decimal maior ou igual a 0,5, adicionou-se uma unidade à parte inteira do número. O uso dessa metodologia de arredondamento faz com que, em alguns casos, a soma dos percentuais de gráficos e de algumas colunas das tabelas seja diferente de 100%, para mais ou para menos, sem que isso implique em erro de cálculo. Pelo mesmo motivo, o campo 'Amostra ponderada' pode diferir da 'Amostra realizada' sem que se trate de erro.

Referências bibliográficas:

BOLFARINE, H.; BUSSAB, W. de O. Elementos de amostragem. Ed. Edgard Blucher. São Paulo, 2005.

CONSULTORIA LEGISLATIVA. Nota Informativa Nº 3.869, DE 2023. Senado Federal, 2023.

HEERINGA, S. G., BRADY, T. W., e PATRICIA, A. B. Applied survey data analysis. CRC press, 2017.

IBGE, disponível em < <https://www.ibge.gov.br/explica/desemprego.php> > [s.d.]

KISH, L. Survey sampling. Ed. John Wiley & Sons. New York, 1965.

THE AMERICAN ASSOCIATION FOR PUBLIC OPINION RESEARCH. Standard definitions: Final dispositions of case codes and outcome rates for surveys, 9th edition. 2016.

Ficha técnica

Secretaria de Transparência

Elga Mara Teixeira Lopes – Diretora

Marcos André Bezerra Mesquita – Coordenador-Geral

Instituto de Pesquisa DataSenado

Marcos Ruben de Oliveira – Coordenador e estatístico responsável

Isabela de Souza Lima Campos – Chefe de Serviço de Pesquisa e Análise

José Henrique de Oliveira Varanda

Equipe Técnica

Ângela Barbosa Reis Lúz

Aretha Pessanha Cordeiro

Danilo Freire Holanda de Paiva

Gabriele Lima Gomes

Lucas Almeida Pierre Silva

Pedro Leonardo C. M. Barbosa

Roberto de Souza Marques Buffone

Coleta de Dados

IPRI – Instituto de Pesquisa de Reputação e Imagem Ltda.