

AULAS 21 E 22

Pesquisa de *survey* como método das ciências sociais

Ernesto F. L. Amaral

**22 e 25 de abril de 2014
Metodologia (DCP 033)**

Fonte:

Babbie, Earl. “Métodos de Pesquisas de *Survey*”. 1999. Belo Horizonte: Editora UFMG. pp.77-91.

PESQUISA AMOSTRAL (PESQUISA DE *SURVEY*)

- O livro do Babbie (1999) aborda o método de pesquisa amostral (pesquisa de *survey*).
- Esse método pode ser aplicado a uma grande quantidade de desenhos de pesquisa.
- O método consiste em aplicar um questionário a uma amostra da população de interesse.
- As entrevistas podem ser pessoais, por telefone ou por correio.
- As respostas são codificadas de forma padronizada e registradas de forma quantitativa em programas computacionais.
- Os dados são analisados, correlacionados e generalizados para a população.

HISTÓRIA DA PESQUISA DE *SURVEY*

- A pesquisa de *survey* examina uma amostra da população, enquanto o censo investiga toda população.
- Os censos existiam na antiga civilização egípcia, em que governantes coletavam dados sobre súditos.
- A pesquisa de *survey* continua sendo utilizada para fins políticos, tais como pesquisas políticas encomendadas por candidatos.
- Karl Marx elaborou questionário para avaliar relações de exploração entre trabalhadores e empregadores.
- Além de pesquisa histórica comparativa, Max Weber utilizou pesquisa amostral em operários protestantes e católicos.

PESQUISA AMOSTRAL NOS ESTADOS UNIDOS

- Maioria da pesquisa de *survey* foi realizada por americanos, a partir do século XX.
- O método amostral tem sido desenvolvido em três setores da sociedade americana:
 - *U.S. Census Bureau*.
 - Pesquisas de opinião.
 - Universidades.

U.S. CENSUS BUREAU

- O *Census Bureau* realizou importantes trabalhos nos campos de amostragem e coleta de dados.
- Há um trabalho de definição padronizada de amostragens e aplicação no campo.
- Essas informações são utilizadas no desenvolvimento de desenhos amostrais específicos.
- O instituto é mais conhecido pelo recenseamento decenal da população americana.
- Porém, a agência realiza uma série contínua de amostras que atualizam dados demográficos e econômicos.
- Este site (www.census.gov) fornece informações e dados da agência.

PESQUISAS DE OPINIÃO

- Houve desenvolvimento de pesquisas de *survey* em pesquisas de opinião nos Estados Unidos.
- Várias firmas investiram recursos no desenvolvimento e uso de métodos amostrais, principalmente em *marketing* de produtos e pesquisas políticas.
- Mesmo antes de pesquisas acadêmicas, empresas realizaram experimentação com métodos de amostragem, redação de perguntas, técnicas de coleta, dentre outros.
- Pesquisas comerciais têm sido utilizadas como fontes de dados secundários, permitindo realizar análises inferenciais (causa e efeito) em dados que foram previamente analisados para fins descritivos e comerciais.

UNIVERSIDADES

- Refinamento científico da pesquisa de *survey* e de métodos sofisticados de análise foi desenvolvido por universidades americanas.
- Samuel A. Stouffer e Paul F. Lazarsfeld são considerados os pioneiros da pesquisa de *survey*.
- Atualmente, há vários centros de pesquisa que utilizam metodologia amostral.

SAMUEL A. STOUFFER

- Stouffer desenvolveu métodos científicos de pesquisa científica, adequados à análise de fenômenos e problemas sociais.
- Nos anos 30, Stouffer analisou efeitos da Depressão nos EUA e condições dos americanos negros.
- Na 2ª Guerra Mundial, Stouffer dirigiu o Departamento de Informação e Educação do Exército dos EUA e examinou temas importantes para o sucesso americano na guerra.
- Nos anos 50, Stouffer realizou amostragens nacionais para examinar os efeitos da cruzada anticomunista.
- Estes estudos foram importantes para desenvolvimento de desenhos de pesquisa e de questionário, técnicas de amostragem, lógicas de análise...

PAUL F. LAZARFELD

- Lazarfeld levou aos EUA uma formação europeia para analisar fenômenos sociais, tais como liderança, comunicações, comportamento econômico e profissões.
- Desenvolveu técnicas rigorosas para aplicar métodos empíricos a questões sociais.
- Analisou o voto como processo e não como evento singular, a partir de estudos de painéis para captar intenções de voto ao longo do tempo, correlacionando com outros fatores.
- Suas principais contribuições ocorreram em três áreas:
 - Utilizou equipamentos mecanizados de análise de dados.
 - Formalizou a lógica da análise de *survey* em modelos.
 - Criou centro permanente de pesquisas em *survey*.

ASSOCIAÇÕES ACADÊMICAS AMERICANAS

– *American Sociological Association (ASA)*

<http://www.asanet.org>

– *American Political Science Association (APSA)*

<http://www.apsanet.org>

– *American Marketing Association*

<http://www.marketingpower.com>

– *American Association for Public Opinion Research (AAPOR)*

<http://www.aapor.org>

– *Public Opinion Quarterly* é uma publicação da AAPOR

<http://poq.oxfordjournals.org>

CARACTERÍSTICAS CIENTÍFICAS DO *SURVEY*

- A pesquisa de *survey* é um tipo de ferramenta disponível aos pesquisadores sociais.
- Os métodos de *survey* podem não ser apropriados para determinados tópicos de pesquisa.
- De todo modo, o *survey* pode ser usado em combinação com outros métodos.
- A pesquisa de *survey* tem função pedagógica, porque suas deficiências ficam mais claras do que em outros métodos, permitindo avaliações mais conscientes de suas implicações.

PESQUISA DE *SURVEY* É LÓGICA

- Lembremos que mesmo que haja comportamentos racionais e irracionais, os cientistas sociais devem procurar entender o comportamento social racionalmente.
- Os dados de *survey* facilitam a aplicação cuidadosa do pensamento lógico.
- O formato da pesquisa de *survey* permite desenvolvimento e teste rigorosos de explicações lógicas.
- O exame de uma grande quantidade de entrevistas permite testar proposições complexas que envolvam diversas variáveis em interação simultânea.

PESQUISA DE *SURVEY* É DETERMINÍSTICA

- Lembremos que todo evento ou situação (resultado) tem razões determinadas que o antecederam (causa).
- Sempre que o pesquisador de *survey* procura explicar causas e razões de eventos, características e correlações observados, a investigação deve assumir postura determinística.
- O sistema determinístico de causa e efeito é clarificado no *survey*, porque é possível elaborar um modelo lógico claro.
- A disponibilidade de numerosos casos e variáveis permite ao analista explicar uma variável (dependente) com base em muitas informações (variáveis independentes).
- É possível ainda analisar efeito de variáveis intervenientes.

PESQUISA DE *SURVEY* É GERAL

- Lembremos que ao buscar observar e entender padrões gerais de eventos e correlações entre acontecimentos, a teoria social busca a generalização de suas conclusões.
- Pesquisas amostrais são realizadas para entender a população maior da qual a amostra foi selecionada.
- Análises descritivas e explicativas em pesquisas de *survey* visam desenvolver proposições gerais sobre o comportamento humano.
- Grande número de casos permite que achados possam ser replicados entre subconjuntos da amostra.
- Relato cuidadoso da metodologia de um *survey* facilita réplicas posteriores por outros pesquisadores e/ou para outros subgrupos, permitindo testes e retestes.

PESQUISA DE *SURVEY* É PARCIMONIOSA

- Lembremos que cientista social busca explicar o maior número de fenômenos com o menor número de informações.
- Como um *survey* tem grande número de variáveis, é possível analisar importância relativa de cada uma.
- Ou seja, busca-se obter o máximo de compreensão com menor número de variáveis.
- As variáveis explicativas não precisam ser definidas a priori.
- É possível coletar uma grande quantidade de informações que serão usadas em diferentes modelos explicativos, com o objetivo de selecionar o mais adequado.

PESQUISA DE *SURVEY* É ESPECÍFICA

- Lembremos que é preciso definir exatamente quais são os métodos e conceitos utilizados na pesquisa social.
- A medição de cada variável no *survey* é construída a partir de respostas específicas a itens específicos de questionário, o qual é codificado e quantificado de forma específica.
- Ao explicitar como métodos, medidas e conceitos foram elaborados, o *survey* permite ser avaliado e criticado.
- Se variáveis não são conceituadas e medidas corretamente, correlações observadas podem não fazer sentido.
- A superficialidade e aproximações de todo tipo de pesquisa científica são mais aparentes e explícitas no *survey*.
- É mais difícil saber como conceitos são construídos e medidos na pesquisa qualitativa.

OUTRAS CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA DE *SURVEY*

- *Survey* é empiricamente verificável: proposições, teorias e hipóteses podem ser testadas na prática (no mundo real).
- *Survey* é intersubjetivo: detalhamento de métodos e técnicas utilizados permite que outro cientista replique estudo e alcance resultados semelhantes.
- *Survey* é aberto a modificações: coleta e quantificação permite fonte permanente de informações e nova análise dos dados quando há modificações de teorias.

COMPARAÇÃO DO *SURVEY* COM OUTROS MÉTODOS

- Uma investigação abrangente será beneficiada se utilizar métodos diferentes focados em um tópico.
- A pesquisa de *survey* pode se beneficiar de conhecimentos de outros métodos:
 - Experimentação.
 - Análise de conteúdo.
 - Observação participante.

PESQUISA DE *SURVEY* E EXPERIMENTAÇÃO

- Na lógica do experimento controlado (grupos de tratamento e controle) é realizado emparelhamento sócio-econômico de indivíduos, de forma que única diferença entre grupos é o recebimento da política.
- Na pesquisa de *survey*, o pesquisador também realiza o controle de variáveis, permitindo análises de subgrupos.
- Nos dois casos, o objetivo é de excluir influência de variáveis secundárias.

PESQUISA DE *SURVEY* E ANÁLISE DE CONTEÚDO

- A codificação de respostas de questionários é uma forma de análise de conteúdo.
- Se forem coletadas perguntas abertas, o pesquisador de *survey* precisará categorizar as respostas posteriormente.
- Por isso, os pesquisadores de *survey* devem utilizar as experiências e métodos de analistas de conteúdo.

PESQUISA DE *SURVEY* E OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE

- Pesquisas de *survey* podem utilizar as técnicas desenvolvidas por pesquisadores que utilizam observação participante:
 - Obtenção de informações sobre interações inconscientes entre pessoas (*rappport*).
 - Manutenção da neutralidade quando a atividade de campo é realizada.
 - Realização de observações precisas ao coletar os dados.

PESQUISA DE *SURVEY* É REALMENTE CIENTÍFICA?

- Não há uma definição absoluta de ciência, mas a questão sobre se o *survey* é científico deve ser discutida.
- Babbie hipotetiza que uso da pesquisa de *survey* é um período específico no desenvolvimento da ciência em geral.
- Para Daniel Suttis, físicos podem realizar pesquisas científicas facilmente, enquanto cientistas sociais têm um objeto mais difícil de ser analisado.
- Martin Trow explica que pesquisadores educacionais não perceberam que possuem situação de pesquisa ideal (amostras facilitadas e aplicação em salas de aula).
- As adversidades encontradas pelas ciências sociais geram necessidade de modelo lógico sofisticado: *survey* permite lidar com dificuldades de forma rigorosa e sistemática.

CIÊNCIAS SOCIAIS SÃO CIÊNCIAS DA COMPLEXIDADE

- Problemas de amostragem e de generalização são maiores no estudo do comportamento social.
- A pesquisa de *survey* é excelente para desenvolvimento de métodos úteis e de entendimento amplo.
- A medição de conceitos polêmicos (preconceito, por exemplo) pode ser de difícil aplicabilidade.
- A simples presença de pesquisadores no campo pode afetar entrevistados.
- Alguns participantes podem formar opiniões no momento em que são entrevistados.
- É preciso ter compreensão mais sofisticada sobre medição, conceituação, probabilidade e complexidade de correlações e causalidades nas ciências sociais do que nas naturais.